

Санкт-Петербургский Государственный Университет

Восточный факультет

Кафедра истории стран Дальнего Востока

Мамонтова Александра Павловна

***АУКЦИОННАЯ ТОРГОВЛЯ ПРЕДМЕТАМИ ИСКУССТВА И  
АНТИКВАРИАТОМ В КИТАЕ НА ПРИМЕРЕ BEIJING POLY  
INTERNATIONAL AUCTION (2005-2015)***

Направление: 030800 «Востоковедение, африканистика»

Выпускная квалификационная работа бакалавра

Научный руководитель:

к.и.н., ст. преп. Мыльникова Ю.С.

---

(подпись)

Рецензент:

к. и. н., ст. науч. сотр. музея  
антропологии и этнографии им.  
Петра Великого (Кунсткамера)  
Соболева Е.С.

---

(подпись)

Санкт-Петербург

2016

## Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Аукционная торговля предметами искусства и антиквариатом в системе мирового товарного рынка.....	7
1.1 Мировой рынок предметов искусства и антиквариата: факторы и тенденции развития.....	7
1.2 Сущность аукционной торговли и особенности деятельности аукционных домов.....	19
1.3 Специфика аукционной торговли предметами искусства и антиквариатом.....	24
Глава 2. Аукционная торговля предметами искусства и антиквариатом в Китае.....	30
2.1 Современный рынок искусства Китая: условия возникновения и формирования.....	30
2.2 Важнейшие характеристики аукционной торговли предметами искусства и антиквариатом в Китае.....	37
2.3 Характеристика деятельности аукционного дома Beijing Poly International Auction Company.....	44
Заключение.....	50
Список использованной литературы.....	53
Приложение.....	58

## Введение

В эпоху глобализации связь двух вечных антагонистов — сферы экономики и сферы культуры — более невозможно отрицать. Переход к рыночной экономике, развитие капитализма и выход торговли за пределы национальных границ повлекли за собой глобальную коммерциализацию искусства и пересмотр традиционной системы эстетических и художественных ценностей, и теперь роль и авторитет современного государства определяются не только энергетическими и военными ресурсами, но и рыночным потенциалом культурного достояния. Мировой рынок предметов искусства и антиквариата развивается вопреки и даже отчасти благодаря мировым экономическим кризисам, и на данный момент производство, сохранение и распределение культурных ценностей безусловно имеет экономический контекст<sup>1</sup>.

За последние 30 лет китайский рынок произведений искусства и антиквариата прошел тот путь, на который западным странам понадобилось несколько веков. Данному факту способствовали как успех проводимых в КНР экономических реформ, так и уникальность предлагаемых рынком товаров. Товарное обращение предметов китайского искусства и антиквариата благодаря связям с другими странами и интеграции в мировой арт-рынок получило значительное распространение и стало объективно существующей реальностью. По данным *artprice.com* только за последние 8 лет объем китайского художественного рынка вырос на 305%; в 2015 году объем рынка составил 4,9 млрд долларов США<sup>2</sup>. С каждым годом увеличивается число аукционных домов, галерей, выставочных комплексов и других форм посредничества.

Аукционная торговля произведениями искусства и антиквариатом в Китае также получила беспрецедентное развитие и на сегодняшний день

---

<sup>1</sup>Abeele M. V. The common market and the art market // Museum, management and curatorship. 2009, Vol. 1(4). P. 304.

<sup>2</sup>The art market in 2015 // Artprice: the world leader in art market information (от 03.2016) URL: [http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016\\_en.pdf](http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016_en.pdf)

является главным катализатором развития национального художественного рынка Китая. С 2006 года число аукционеров возросло с 7218 до 60 000, финансовый оборот на сегодняшний день составляет 15 млрд долларов США<sup>3</sup>. К сожалению, все эти новые и сложные процессы в сфере китайского искусства практически не находят отражения в отечественных публикациях. Предлагаемая работа предназначена для хотя бы частичного восполнения указанных пробелов, в чем и заключается ее научная новизна.

Увеличение числа участников на мировом и национальном рынке искусства, расширение товарного сегмента и изменение природы цены требуют более глубокого изучения и доказывают актуальность выбранной темы исследования. Без изучения этапов становления и развития аукционной торговли предметами искусства и антиквариатом картина современной мировой рыночной системы, значительной и постоянно развивающейся частью которой сегодня выступает художественный рынок, будет неполной<sup>4</sup>. Также необходимо отметить, что исследования в области китайского рынка арт-рынка немыслимо без овладения базовыми историческими, этнографическими, и культурологическими положениями.

Теоретическую основу исследования составляют работы британских, американских и китайских аукционистов и аналитиков арт-рынка, а также научные труды российских экономистов и искусствоведов. Труды таких зарубежных ученых как Орли Ашенфельтер, Кэтрин Грейди, Стивен Сэтчелл, Виктор Гинзбург и Дэвид Тросби внесли существенный вклад в изучение отдельных сторон деятельности аукционных домов. В западной историографии изучением темы торговли произведениями китайского искусства занимаются Иэн Робертсон, Одри Ван и др. Использовались китайские периодические издания, специализирующиеся на рынке искусства Китая и аукционной индустрии.

---

<sup>3</sup>Ван Чжаоянь. Цзиюй чанвэй лилунь дэ чжунго ишу пинь паймай шичан фачжань яньцзю (基于长尾理论的中国艺术品拍卖市场发展研究 Исследование развития аукционного рынка предметов искусства, основанное на теории «длинного хвоста»). Чжучжоу, 2013. С. 3.

<sup>4</sup>Колычева В.А. Рынок произведений искусства: теоретико-экономический анализ. М.: Проспект, 2014. С. 6.

Что касается изучения аукционной торговли предметами искусства и антиквариатом непосредственно китайской стороной, данное направление привлекает все больше исследователей из разных научных сфер, однако в силу объективных причин до сих пор остается мало изученным. На протяжении последних лет исследования аукционной торговли произведениями искусства и антиквариатом в Китае проводились в рамках истории искусств либо в области экономических аспектов искусства, что отображает нецелостность подхода изучения.

Объектом исследования является современный рынок предметов искусства и антиквариата в Китае.

Предметом исследования являются особенности становления аукционной торговли произведениями искусства и антиквариатом в Китае на примере деятельности Beijing Poly International Auction Co. (Poly).

Цель данной работы — дать характеристику сложившейся ситуации на современном аукционном рынке произведений искусства и антиквариата в Китае, выявить сильные и слабые стороны китайской индустрии аукционной торговли предметами искусства и антиквариатом.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть сущность международной торговли предметами искусства и антиквариатом и определить ее место в системе мирового хозяйства и международных экономических отношений;
- изучить сущность и принципы аукционной торговли, выявить особенности ведения аукционной торговли произведениями искусства и антиквариатом;
- провести исследование основных этапов становления современного художественного рынка Китая и дать характеристику товарным сегментам;
- изучить процесс становления современной аукционной торговли произведениями искусства в Китае;
- определить круг проблемных вопросов и специфики ведения аукционной торговли предметами искусства и антиквариатом на примере деятельности Beijing Poly International Auction Company.

В соответствии с целью исследования и поставленными задачами структура работы состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Во Введении обосновывается научная новизна и актуальность исследования, формулируются его цель и задачи.

Первая глава «Аукционная торговля предметами искусства и антиквариатом в системе мирового товарного рынка» посвящена истории развития мирового рынка искусства и аукционной торговли произведениями искусства и антиквариатом.

Во второй главе «Аукционная торговля произведениями искусства и антиквариатом в Китае» описаны этапы становления современного рынка искусства в Китае, его структура, а также рассмотрен процесс становления современной индустрии аукционной торговли в Китае и проведен анализ ее текущего положения.

При написании данной работы были использованы такие методы исследования как теоретико-экономический анализ, экономико-статистический анализ и метод исторического описания.

В ситуации глобального международного рынка и активных культурных обменов между странами данное исследование может оказаться особенно полезным как для профессионалов из сферы арт-рынка, так и для экономистов, искусствоведов и регионоведов, создающих единое научное сообщество.

# Глава 1. Аукционная торговля предметами искусства и антиквариатом в системе мирового товарного рынка

## 1.1 Мировой рынок предметов искусства и антиквариата: факторы и тенденции развития

Искусство как культурно-исторический феномен способствовало развитию системы социально-экономических отношений, связывающей создателей и потребителей искусства<sup>5</sup>. В современном мире, когда культура перестала существовать в рамках национальных границ, товарное обращение произведений искусства стало объективно существующей реальностью, ярко воплощенной в качестве сегмента мирового товарного рынка.

Понятие рынка предметов искусства и антиквариата (*арт-рынка*) имеет узкое и широкое значение. Первоначально под этим термином понимали оборот предметов, обладающих художественной ценностью. Однако затем об арт-рынке стали говорить, как о «сфере товарно-денежных отношений, которые складываются между юридическими и физическими лицами по поводу купли-продажи предметов искусства и антиквариата»<sup>6</sup>. В более корректном узком значении совокупность определенных элементов данного рынка (произведения изобразительного и декоративно-прикладного искусства) принято называть *художественным рынком*<sup>7</sup>.

Товарами арт-рынка являются предметы искусства и *антиквариат*. В отличие от других товаров себестоимость произведений искусства никогда не меняется, но цена продажи напрямую зависит от спроса и предложения. Предметы искусства являются уникальными, и из-за их незаменимости или конечности в любое время на них всегда будет существовать спрос<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup>Лысакова А.А. Арт-рынок классический и арт-рынок современный // Известия Уральского государственного университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. 2012, № 1. С. 25.

<sup>6</sup>Кокушкина И.В., Воронин М.С. Международная торговля и мировые рынки: учебное пособие. СПб.: Техническая книга, 2007. С. 204.

<sup>7</sup>Саркисян А.Г. Арт-инвестиции и их обслуживание // Аудитор. 2010, № 9. С. 41.

<sup>8</sup>Collectible investments for the high net worth investor /ed. Satchell S. Academic Press, 2009. P. 88.

У произведений искусства есть схожие черты с предметами роскоши. Обе категории товаров обладают определенным статусом и приносят удовлетворение самим фактом их обладания. Однако разница между ними такая же, как между золотом в слитках и нумизматическими монетами. Предметы роскоши являются самодостаточным товаром, но, в отличие от предметов искусства, они не настолько редки, не обладают художественной ценностью и не являются объектами коллекционирования<sup>9</sup>.

Существует набор определенных характеристик, по которым осуществляется оценка предметов искусства. К основным относятся: материал, из которого сделан объект, качество (общее состояние) и параметры предмета, художественная ценность, возраст объекта, регион происхождения автора. Ко вторичной группе характеристик причислены аутентичность объекта (редкость совместно с уникальностью), техника исполнения, статус автора, причастность к историческим событиям, потребительские предпочтения общества<sup>10</sup>.

Ценовая иерархия предметов искусства главным образом формируется под влиянием привилегированных групп *коллекционеров, арт-дилеров, кураторов и критиков*. Ценовая политика в отношении современных художников, которые только пришли на рынок, достаточно нестабильна<sup>11</sup>.

Рынок искусства при всей своей обширности остается достаточно закрытым, и развитие его идет по нешаблонному пути. Но все же в процессе его становления можно проследить тенденции, характерные для любого другого мирового товарного рынка<sup>12</sup>. В данной главе представлен тематический, но неизбежно эпизодический обзор тех событий в мировой истории, которые привели к ключевым изменениям в сфере арт-рынка и становлению аукционной формы торговли.

---

<sup>9</sup>Collectible investments for the high net worth investor /ed. Satchell S. Academic Press, 2009. P. 95.

<sup>10</sup>The international art markets: the essential guide for collectors and investors /ed. Goodwin, J. Kogan Page, 2010. P. 13.

<sup>11</sup>Zorloni A. Structure of the contemporary art market and the profile of italian artists // International Journal of Arts Management. 2005, Vol. 8(1). P. 66.

<sup>12</sup>Goodwin J. Op. cit. P. 5.



Торговля предметами искусства активно велась уже во времена Древнего Египта, но началом истории современного рынка искусства принято считать эпоху Ренессанса. Художники выступали в качестве *дилеров* и были лично ответственны за продвижение своих товаров<sup>13</sup>.

В XVII веке искусство стало частью экономики, и предметы искусства превратились в товар. Основной формой связи художника-изготовителя и потребителя прошлых эпох была система заказов<sup>14</sup>. Избавившись от наместников испанского короля и Папы Римского, голландские художники внезапно остались без богатых меценатов и оказались в ситуации свободного рынка. Появилось разграничение в понятиях *цены* и *ценности* произведений искусства, произошли существенные инновации и диверсификации в художественных жанрах<sup>15</sup>.

В XVIII веке череда буржуазно-демократических революций привела к победе капиталистического уклада, который способствовал развитию культурной индустрии<sup>16</sup>. Международный художественный рынок приобрел современные черты; цены на произведения искусства почти полностью определялись законом спроса и предложения<sup>17</sup>. XVIII век также знаменателен тем, что в это время в Лондоне были основаны крупнейшие аукционные дома современности, торгующие предметами искусства и антиквариатом — Sotheby's (Сотбис) в 1744 году и Christie's (Кристис) в 1766 году.

В середине XIX века в художественной сфере возник *массовый потребитель*, а между художником и потребителем появился новый элемент рыночных отношений — *посредник* — в лице *галеристов*, *арт-дилеров* и *критиков*<sup>18</sup>. *Посредник* стал важным субъектом рыночной инфраструктуры, так как был способен обеспечить массовое удовлетворение потребностей

---

<sup>13</sup>Handbook of the economics of art and culture. Vol. 1. //eds. Ginsburg, V.A.; Throsby, D. Elsevier, 2006. P. 73.

<sup>14</sup>Лысакова А.А. Арт-рынок классический и арт-рынок современный // Известия Уральского государственного университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. 2012, № 1. С. 25.

<sup>15</sup>Ormrod D. Art and its markets // The Economic History Review, New Series. 1999, Vol. 52(3). P. 545.

<sup>16</sup>Лысакова А.А. Указ. соч. С. 26.

<sup>17</sup>Ginsburg, V.A., Throsby, D. Op. cit. P. 71.

<sup>18</sup>Кокушкина И.В., Воронин М.С. Международная торговля и мировые рынки: учебное пособие. СПб.: Техническая книга, 2007. С. 213.

общества в собственническом потреблении искусства. С началом XX века арт-рынок вступил в фазу долгосрочного подъема. Даже такие события как революция в Российской империи и Первая мировая война лишь на время приостановили его рост<sup>19</sup>.

Вторая мировая война оказала невероятно разрушительное влияние на все сферы жизни Европы. Большое количество произведений искусства подверглось физическому уничтожению; многие музеи, галереи и библиотеки были разрушены. Война спровоцировала массовое переселение художников за океан, в страны Северной и Южной Америки. Таким образом Нью-Йорк стал новой художественной столицей Западного мира, где в настоящее время сосредоточено самое большое количество *галерей, аукционных домов* и контор частных *арт-дилеров*. С 1950-х гг. в послевоенном мире начинается расцвет свободной торговли. Объемы продаж в то время выросли в 20 раз, доли национального производства развитых стран — в 2 раза. Последовавший рост цен на искусство практически вывел из игры Лондон и Париж, не справлявшихся с новыми ценами. Европа стала местом вывоза, а США — главным импортером искусства<sup>20</sup>.

Весь XX век был отмечен ростом *ликвидности* искусства. Несмотря на нестабильность, вызванную финансовыми кризисами разных годов, в странах Европы и США с огромным успехом проходили крупные международные аукционы *современного* и *классического* искусства. Экономические успехи правительств Рейгана и Тэтчер обеспечили приток денег в художественную сферу, создав новый класс элиты — потенциальных покупателей арт-рынка.

С середины 1990-х гг. начался рост торговли предметами искусства, роскоши и антиквариатом посредством сети интернет. В определенный момент аукционные дома также посчитали нужным развивать данное направление, но в последствии пришли к выводу, что торговля предметами искусства и антиквариатом через интернет является достаточно спорной в

---

<sup>19</sup>Лысакова А.А. Арт-рынок классический и арт-рынок современный // Известия Уральского государственного университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. 2012, № 1. С. 27.

<sup>20</sup>The international art markets: the essential guide for collectors and investors /ed. Goodwin, J. Kogan Page, 2010. P. 4.

силу объективного отсутствия возможности проверки качества и подлинности изделия<sup>21</sup>. Тем не менее, в настоящее время из существующих в мире 4500 аукционов 90% присутствуют в интернете<sup>22</sup>.

До 2008 года мировой арт-рынок развивался циклично. Несмотря на все политические и экономические катаклизмы новостные ленты пестрили сообщениями о ценовых рекордах. Глобализация привела и к глобальному распространению вкуса: с каждым годом в финансовой прессе все чаще появлялись статьи, посвященные художественному рынку, все больше государственных и коммерческих институтов становились открытыми для инвестиций в произведения искусства<sup>23</sup>.

В первое десятилетие XXI века на художественном рынке был представлен самый широкий спектр товаров, от картин старых мастеров до работ современных азиатских художников. Получить точные результаты годовых продаж произведений искусства по всему миру представляется чрезвычайно трудной задачей, однако примерные оценки специалистов мирового товарооборота предметов искусства и антиквариата варьируются в диапазоне от 40 до 70 млрд долларов США в год. Эта цифра превышает доходы всех публичных компаний в США, за исключением топ-25<sup>24</sup>. Год за годом на рынок произведений искусства приходят тысячи новых покупателей, готовых потратить на покупку объектов искусства больше денег, чем зарабатывает среднестатистический работник среднего класса за целый год.

Что касается разделения предметов искусства на товарные категории, то в современной экономической и юридической литературе существует 2 условные классификации. В первой предметы искусства в зависимости от своего происхождения и формы делятся на категории, сектора и виды (*смотри* Таблица 1).

---

<sup>21</sup>Handbook of the economics of art and culture. Vol. 1. //eds. Ginsburg, V.A.; Throsby, D. Elsevier, 2006. P. 112.

<sup>22</sup>

<sup>23</sup>Collectible investments for the high net worth investor /ed. Satchell S. Academic Press, 2009. P. 88.

<sup>24</sup>Ibid. P. 89—90.

Таблица 1: Пример классификации рынка искусства и антиквариата.

Классификация	Пример
Категория	живопись, графика и скульптура
Сектор	Старые мастера
Вид	итальянская школа — Рафаэль
Предмет	«Мадонна с гвоздиками»

Источник: Robertson I. Understanding art markets and management. New York: Routledge, 2005.

Согласно второй классификации, арт-рынок принято делить на два самостоятельных сегмента — сегмент *антикварного*<sup>25</sup> и сегмент *современного* искусства. Если ключевым критерием *антиквариата* выступает категория времени — физического или исторического<sup>26</sup> — то рынок *современного* искусства представляет собой иерархию связанных друг с другом подуровней<sup>27</sup>.

Современное и актуальное искусство (англ. modern and contemporary art) разделяется на «джанк-арт» (англ. junk art), «*передовое*» (англ. cutting-edge art) и «*альтернативное*» (англ. alternative art)<sup>28</sup>. Цена произведения современного искусства зависит от того, в какой из секторов он будет определен. Как правило, цена на объекты «*альтернативного*» искусства выше, чем на предметы «*джанк-арта*», несмотря на то, что художники

<sup>25</sup>Примечание — в толковых и энциклопедических словарях слова с корнем «антик» имеет несколько смысловых коннотаций. В данном случае антиквариат — старые художественные произведения искусства или редкие ценные вещи, которые имеют принадлежность к определенным историческим событиям и являются объектом торговли и собирательства.

<sup>26</sup>Шпаковская Л.Л. Общественная ценность антиквариата // Социологический журнал. 2000, № 1(2). С. 68—69.

<sup>27</sup>Throsby D. The production and consumption of the arts: a view of cultural economics // Journal of Economic Literature. 1994, Vol. 32(1). P. 5.

<sup>28</sup>Zorloni A. Structure of the contemporary art market and the profile of italian artists // International Journal of Arts Management. 2005, Vol. 8(1). P. 65.

данного направления связаны с ограниченным количеством *дилеров*, которые обладают исключительными правами на дистрибуцию их работ<sup>29</sup>. Однако международный рынок современного искусства постепенно становится рынком брендов, созданных самими художниками, а маркетинговая стратегия *галерей* уходит на второй план<sup>30</sup>

Структура современного рынка искусства выстроена по принципу пирамиды: от локального рынка к международному, от первичного рынка к вторичному. На основании пирамиды рынок является конкурентным и свободным на вход, предложение превышает спрос, и предлагаемый товар достаточно однороден<sup>31</sup>. Чем выше подниматься по ступеням рыночной пирамиды, тем лучше по качеству и ограниченной в количестве будет становиться товар. На вершине пирамиды появляются барьеры на вход; в отличие от других традиционных товарных рынков это выгодно как продавцам, так и покупателям. Цены преимущественно устанавливаются *арт-дилерами*<sup>32</sup>.

Художники-творцы — *производители* художественного продукта — главные персоны арт-рынка, так как результаты их деятельности и являются товаром. В качестве потребителя художественного продукта могут выступать самые разные представители общественности: от частных коллекционеров и любителей искусства до государственных организаций и общественных структур. Среди коллекционеров отдельно выделяют группу *инвесторов*. К *посредническим* организациям относятся *ярмарки, галереи, аукционные дома и консалтинговые компании*<sup>33</sup>. Отношения между названными лицами составляют содержание арт-бизнеса.

---

<sup>29</sup>Becker H.S. Art worlds. Los Angeles, CA: University of California Press, 1982. P. 116.

<sup>30</sup>Zorloni A. Structure of the contemporary art market and the profile of italian artists // International Journal of Arts Management. 2005, Vol. 8(1). P. 63.

<sup>31</sup>Santagata W. Institutional anomalies in the contemporary art market // Journal of the Cultural Economics. 1995, Vol. 19(2). P. 193—196.

<sup>32</sup>Singer L.P. Phenomenology and economics of art markets: an art historical perspective // Journal of the Cultural Economics. 1988, Vol. 12(1). P. 37.

<sup>33</sup>The international art markets: the essential guide for collectors and investors /ed. Goodwin, J. Kogan Page, 2010. P. 7.

Отдельное место в системе арт-рынка занимают *музеи*. Их функции заключаются в отборе, сохранении и предоставлении наиболее «ценных» предметов искусства<sup>34</sup>. Число музеев и качество работы их инфраструктуры могут служить индикатором культурного развития того или иного региона<sup>35</sup>. Однако все больше музеев не в состоянии конкурировать с частными *коллекционерами* за приобретение дорогих наименований в силу отсутствия финансового преимущества.

Условно рынок разделен на 2 уровня: *первичный* и *вторичный*.

На *первичном* рынке произведения искусства продаются на уровне художественных студий, *ярмарок* современного искусства и *галерей*. «Первичный рынок является инновационной частью дистрибутивного процесса с точки зрения эстетических ценностей и тенденций»<sup>36</sup>. Работы художника оказываются на рынке в первый раз, что подразумевает высокие риски как для *дилеров*, так и для их клиентов.

Обмен уже существующими работами осуществляется на *вторичном* рынке на уровне аукционных домов. В отличие от первичного рынка, участники вторичного рынка располагают достаточной информацией для составления прогнозов по востребованности тех или иных художников, и потребители способны предложить большую цену<sup>37</sup>.

Фактически весь объем продаж разделили между собой два сектора рынка искусства – *аукционные дома* и *арт-дилеры*.

Арт-рынок насчитывает в мире около 5 тысяч *аукционных домов* разного уровня. Со дня своего основания доминирующие позиции заняли Sotheby's (Сотбис) и Christie's (Кристис). Две супер-фирмы остро соперничают друг с другом, что подталкивает их к освоению новых регионов (Россия, Китай, Испания), новых сфер (современная живопись), новых форм

---

<sup>34</sup>Долганова Е.А. Арт-рынок: теория // Art and you: портал о культуре и искусстве (от 2.05.2011). URL: [http://artandyou.ru/category/art/post/art\\_ryinok\\_teoriya](http://artandyou.ru/category/art/post/art_ryinok_teoriya)

<sup>35</sup>Collectible investments for the high net worth investor /ed. Satchell S. Academic Press, 2009. P. 104.

<sup>36</sup>Heilbrun J., Gray C.M. The Economics of Art and Culture. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2001. P. 5.

<sup>37</sup>Zorloni A. Structure of the contemporary art market and the profile of italian artists // International Journal of Arts Management. 2005, Vol. 8(1). P. 62.

(распродажа наследств) и т.д.<sup>38</sup>. Их доля по стоимости в сумме составляет 27% от объема всех аукционных продаж в мире и 48% от общего объема продаж на мировом рынке предметов искусства и антиквариата. Соотношение продаж изобразительно и декоративно-прикладного искусство составляет 7:3<sup>39</sup>.

Вторая движущая сила на рынке искусства — *арт-дилеры*, сектор более фрагментарный, чем аукционы, так как арт-дилеры присутствуют и на первичном, и на вторичном рынке. На арт-рынке зарегистрировано около 4 тысяч только крупных арт-дилеров, которые определяют около 42% рыночного оборота<sup>40</sup>. В данном случае сложно говорить о показателях стоимости, ведь в отличие от аукционных домов арт-дилеры не распространяют значительное количество конфиденциальной информации, в том числе, например, окончательную стоимость, за которую предмет искусства был продан. Также арт-дилеры имеют сравнительно узкую специализацию и локализацию в рамках одной страны<sup>41</sup>.

Наиболее благоприятную возможность купли-продажи предметов искусства нынче предоставляют *ярмарки искусства*. Их история берет свое начало еще в 4 веке до н. э. в Древней Греции. Международные ярмарки искусства присутствуют практически во всех странах, но данное явление наиболее характерно для Европы, нежели для Америки и других континентов. Самыми крупными ярмарками являются Art Basel (современное и актуальное искусство) в Базеле, Майями и Гонконге, TEFAF (Старые мастера и антиквариат) в Маастрихте и Международная художественная ярмарка (изобразительное искусство и скульптура Европы и США) в Нью-Йорке и др.<sup>42</sup>. Каждая ярмарка имеет свою специализацию (ярмарка

---

<sup>38</sup>Кокушкина И.В., Воронин М.С. Международная торговля и мировые рынки: учебное пособие. СПб.: Техническая книга, 2007. С. 211.

<sup>39</sup>The international art markets: the essential guide for collectors and investors /ed. Goodwin, J. Kogan Page, 2010. P. 26.

<sup>40</sup>Попкова К.Е. Мировой рынок предметов искусства: специфика, структура, динамика // Международный студенческий научный вестник. 2015, № 4(3). С. 427.

<sup>41</sup>Саркисян А. Г. Арт-инвестиции и их обслуживание // Аудитор. 2010, № 9. С. 45.

<sup>42</sup>Collectible investments for the high net worth investor /ed. Satchell S. Academic Press, 2009. P. 105.

антиквариата, ярмарка современного искусства и др.), в соответствии с которой и формируется состав ее участников<sup>43</sup>. На краткий период (1-2 недели) ярмарки собирают вместе до нескольких сот коммерческих *галерей* разных направлений из одной страны или со всего мира<sup>44</sup>.

Нельзя недооценивать роль международных и государственных организаций и таможи в формировании рынка искусства. Данные учреждения находятся вне системы арт-рынка, но благодаря им 5 стран с ведущими экономиками — США, Япония, Германия, Великобритания, Франция — могут активно отстаивать национальные интересы и занимать культурной пропагандой за рубежом<sup>45</sup>. Например, несмотря на большое количество коммерческих игроков, благодаря действиям таможи изменения в ценах на предметы искусства могут происходить постепенно и не всегда равномерно. Также почти все страны при создании системы государственного экспортного контроля делают акцент на собственных особенностях и приоритетах, что предполагает исключение широкого ряда предметов искусства из международного арт-рынка<sup>46</sup>.

Аргументы в пользу защиты объектов искусства от вывоза из страны имеют более сложную подоплеку, чем может показаться на первый взгляд. Ярким примером является политика протекционизма стран с переходной и развивающейся экономикой, которые имеют менее развитые и конкурентоспособные рынки и не в силах бороться с конкурентами международного уровня. Национальные рынки образуют низкую добавочную стоимость на предметы искусства, и художники, цены на произведения которых в значительной степени определяются рыночной средой, по сравнению со своими коллегами из-за рубежа оказываются в проигрыше<sup>47</sup>. Политика ограничения экспорта не покрывает того урона, который несет

---

<sup>43</sup>Лысакова А.А. Парадоксы современного арт-рынка как глобального института // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1, Проблемы образования культуры и науки. 2011, № 4(95). С. 249.

<sup>44</sup>The international art markets: the essential guide for collectors and investors /ed. Goodwin, J. Kogan Page, 2010. P. 9.

<sup>45</sup>Robertson I. Understanding art markets and management. New York, NY: Routledge, 2005. P. 19.

<sup>46</sup>Ibid. P. 22.

<sup>47</sup>Ibid. P. 15—16.



художник, однако законы о культурном наследии предназначены для охраны культурных ценностей и предотвращения утечки культурных ценностей из страны.

Таким образом, можно говорить о том, что классический рынок предметов искусства и антиквариата, существующий в условиях национальных государств<sup>48</sup>, не образует единого глобального пространства и представляет собой созвездие отдельных локальных рынков городов, стран и регионов, существующих как самостоятельно функционирующие замкнутые системы. Несмотря на то, что сегодняшний рынок искусства стал рынком капиталов, по-прежнему отсутствует четкая ценовая политика и невозможен контроль уровня цен<sup>49</sup>. Политика национальных правительств определяет степени законности и регулируемости рынка искусства: арт-рынок можно считать регулируемым и нерегулируемым, а также существует «черный» рынок искусства.

Говоря о «теневой» стороне торговли предметами искусства и антиквариатом в контексте данного исследования, товарное обращение подделок и копий лишь косвенным образом сказывается на конъюнктуре рынка, несмотря на высокий процент их содержания. Все подделки так или иначе продаются дилерами и аукционами локального и регионального уровня<sup>50</sup>. Крупным аукционным домам и галереям не просто не выгодно, но и крайне опасно допускать к продаже товары сомнительного происхождения. В случае выявления подделки среди продаваемых товаров, репутационный ущерб в несколько раз превысит возможную прибыль от продажи одной работы, так как сомнения во всех последующих продажах побуждают клиентов обращаться к конкурентам. Таким образом, многолетняя репутация является самым важным из всех ресурсов, которые только есть у крупного

---

<sup>48</sup>Gerlis M. Is the global art market a myth? // The Art Newspaper (от 25.04.2014). URL: <http://ec2-79-125-124-178.eu-west-1.compute.amazonaws.com/articles/Is-the-global-art-market-a-myth/32400>

<sup>49</sup>Лысакова А.А. Парадоксы современного арт-рынка как глобального института // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1, Проблемы образования культуры и науки. 2011, № 4(95). С. 248.

<sup>50</sup>Bocart F., Oosterlinck K. Discoveries of fakes: their impact on the art market // Economic Letters. 2011, Vol. 113. P. 125.

аукционного дома или дилера. Если произведение искусства попало на аукционные торги международного масштаба, это является гарантией того, что оно успешно прошло тщательную проверку на подлинность не только штатными экспертами, но и потенциальными покупателями. В случае, если товар оказался поддельным, его тут же снимают с рынка. В ситуации, когда возникают сомнения относительно подлинности товара, но нет никаких юридических доказательств его поддельного характера, на товар предоставляется существенная скидка. По статистическим данным около 40% только высокого искусства, которое попадет на арт-рынок, являются подделкой; больше всех остальных категорий искусства фальсификации подвергается живопись<sup>51</sup>.

По данным ежегодного обзора, проводимого компаниями Artprice и Art Market Monitor of Artron (AMMA), «2015 год был знаменован стабилизацией западного арт-рынка и сжатием арт-рынка в Китае с небольшим подъемом в конце 2015 года». Лидерами на протяжении десятилетия являются США, Китай, владеющие 87,5% вторичного арт-рынка. Рынок произведений искусства в очередной раз подтвердил свою репутацию в качестве альтернативного вложения инвестиций: совокупный оборот продаж составил 16 млрд долларов США. Глобализация и усиление спроса обусловили сложную структуру арт-рынка, в которой представлен весь спектр ценовых категорий, от «доступной» до «инвестиционной». Доминирующее положение занимает живопись (42%), за ней следуют скульптура (16%) и графика (8%)<sup>52</sup>.

## **1.2. Сущность аукционной торговли и особенности деятельности аукционных домов.**

С древних времен развитие международного обмена на пересечениях торговых путей приводило к стихийному образованию постоянных рынков и

---

<sup>51</sup>Bocart F., Oosterlinck K. Discoveries of fakes: their impact on the art market // Economic Letters. 2011, Vol. 113. P. 124.

<sup>52</sup>The art market in 2015 // Artprice: the world leader in art market information (от 03.2016) URL: [http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016\\_en.pdf](http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016_en.pdf)

ярмарок. Постепенно рынки обрели не только региональные, но и товарно-отраслевые различия. Возникла необходимость подчинить процесс торговли определенным правилам, заключить его в законодательные и пространственные рамки<sup>53</sup>.

Аукционы являются одной из традиционных форм торговли, которая представляет собой «заключение сделки с любым лицом, предложившим наиболее выгодные условия»<sup>54</sup>. В основе аукционной торговли лежат *торги*: цены на товар устанавливает продавец совместно с покупателем.

Первое историческое упоминание об аукционе было найдено в «Истории» Геродота Галикарнасского; в тексте описывается процесс проведение аукциона в Древнем Вавилоне, с которого продавали женщин, достигших брачного возраста<sup>55</sup>. Позднее, в Древнем Риме, аукционы использовались для продажи рабов и военных трофеев. Форма аукционной торговли также применялась с целью ликвидировать конфискованную собственность должников. Тот, кто хотел начать аукцион, рядом с товарами втыкал копьё в землю, что означало начало торгов. Из этой традиции происходит современный итальянский термин для аукциона «*asta*» (итал: копьё). Английский термин аукциона «*auction*» также происходит от слова «*auctus*» (лат: увеличивать), который указывает на правила проведения традиционного аукциона с увеличением цены<sup>56</sup>.

После падения Римской империи вплоть до XV века аукционы фактически не проводились. Историки связывают сей факт с малонаселенностью Европы и слабым обращением валюты<sup>57</sup>.

---

<sup>53</sup>Кокушкина И.В., Воронин М.С. Международная торговля и мировые рынки: учебное пособие. СПб.: Техническая книга, 2007. С. 412.

<sup>54</sup>Там же. С. 413.

<sup>55</sup>Cassady R.Jr. Auctions and auctioneering. Los Angeles, CA: University of California Press, 1979. P. 37.

<sup>56</sup>Mochón A. Sáez Y. Understanding auctions. Cham, CH: Springer International Publishing, 2015. P. 2.

<sup>57</sup>Ashenfelter O., Graddy K. Auction and the price of art // Journal of Economic Literature. 2003, Vol. 41. P. 764.

В XVII веке Великие географические открытия и появление новых торговых путей привели к расцвету экономики Нидерландов. Оживление на рынке предметов искусства и роскоши послужило началом возрождения аукционной торговли. С этим периодом связывают историческое появление современного типа аукционов; стали печататься *каталоги* товаров, выставленных на торги<sup>58</sup>.

Во второй половине XVIII века аукционы стали распространяться по всем регионам и различным отраслям рынка. Эпоха глобальных экспансий привела к расцвету аукционной торговли в самых крупных европейских городах — Амстердаме, Брюсселе, Лондоне и Париже. Цены на товары существенно различались из-за транспортных издержек и связанных с ними рисков<sup>59</sup>.

И все же вплоть до появления интернета в 1990-х гг. форма аукционной торговли не являлась уж столь распространенной. Аукционы проводились в виде закрытых мероприятий, участие в которых для среднестатистического покупателя было слишком дорогим. Бизнес-аукционы и торги, проводимые правительством, также были ограничены в доступе<sup>60</sup>. Несмотря на то, что доля аукционной торговли день ото дня увеличивается, тем не менее, аукционы считаются обособленной частью мирового рынка.

На данный момент аукционы являются коммерческими организациями, располагающими соответствующими помещениями, оборудованием и квалифицированным персоналом<sup>61</sup>. В роли организаторов аукционов как правило выступают крупные аукционные компании, монополизировавшие торговлю определенным видом товара. В ходе аукционной торговли

---

<sup>58</sup>Cassady R.Jr. Auctions and auctioneering. Los Angeles, CA: University of California Press, 1979. P. 37.

<sup>59</sup>Mochón A. Sáez Y. Understanding auctions. Cham, CH: Springer International Publishing, 2015. P. 1—2.

<sup>60</sup>Haruvy E., Popkowski Leszczyc P.T.L., Carare O., Cox J.C., Greenleaf E.A., Jank W., Jap S., Park Y.H., Rothkopf M.H. Competition between auctions // Marketing Letters. 2008, Vol. 19(3/4). P. 432.

<sup>61</sup>Кокушкина И.В., Воронин М.С. Международная торговля и мировые рынки: учебное пособие. СПб.: Техническая книга, 2007. С. 420.

*лицитатор*, ведущий аукционных торгов, желая получить максимальную прибыль, использует прямую конкуренцию нескольких покупателей, присутствующих при продаже. При этом продавец назначает *стартовую цену* товара, которая увеличивается в ходе аукциона до своего предельного уровня, исходя из платежеспособности покупателей<sup>62</sup>.

По характеру продаваемого товара выделяют три основных вида аукционов — *товарный* аукцион, аукцион *ценных бумаг* и *валютный аукцион*.

Международные *товарные* аукционы являются самым распространенным видом аукциона и представляют собой «специально организованные, периодически действующие в определенных местах рынки, на которых путем публичных торгов в заранее обусловленное время и в специально назначенном месте проводится продажа предварительно осмотренных потенциальными покупателями товаров»<sup>63</sup>. Продавцом на аукционе может быть любое физическое или юридическое лицо, обладающее правом собственности. Участие в аукционах также стало более открытым — покупатель может присутствовать лично или посредством представителя участвовать в торгах по телефону<sup>64</sup>.

Номенклатура товаров, продающихся с аукционов, весьма ограничена. Основными предметами торга на международных аукционах являются: пушно-меховые товары, невытая шерсть, щетина, цветы, чай, табак, овощи, фрукты, рыба, ценные тропические породы леса, живой скот, предметы искусства и антиквариат и др<sup>65</sup>. По сути, *лотом* на аукционном торге может стать любой вид товара вне зависимости от отрасли его производства. Главными критериями являются спрос и уникальность.

Аукционы различаются по технологии проведения.

---

<sup>62</sup>Кокушкина И.В., Воронин М.С. Международная торговля и мировые рынки: учебное пособие. СПб.: Техническая книга, 2007. С. 418.

<sup>63</sup>Там же. С. 418.

<sup>64</sup>Игуменов В. Торги уместны // Forbes. 2005, № 11(20). С. 135.

<sup>65</sup>Кокушкина И.В., Воронин М.С. Указ. соч. С. 419.

Во-первых, аукционы могут быть *открытыми* и *закрытыми*. Торг на *открытых* аукционах происходит непосредственно с участием самих покупателей. *Закрытые* аукционы организуются специализированными брокерскими фирмами, которые занимаются перепродажей на условиях комиссии<sup>66</sup>.

Во-вторых, в зависимости от порядка организации аукционы бывают *принудительные*, которые проводят, как правило, государственные организации с целью продажи конфискованных, невостребованных и неоплаченных товаров, заложенного и не выкупленного в срок имущества и т.п., и *добровольные*, проводимые по инициативе владельцев товаров (имущества) с целью наиболее выгодной их продажи<sup>67</sup>.

В-третьих, аукционы можно классифицировать по «форме и последовательности принятия ценовых решений»<sup>68</sup>:

На *английских* аукционах торги начинаются с объявленной минимальной цены, установленной продавцом; «предложения цен принимаются в открытом порядке по принципу повышения с победой максимального ценового предложения»<sup>69</sup>.

Противоположность английским аукционам представляют *голландские*. «Аукцион ведется с постепенным понижением первоначально названной, явно завышенной стартовой цены в открытом порядке по принципу понижения с победой первого и чаще единственного ценового предложения»<sup>70</sup>.

Специфическим видом публичных торгов являются *японские* аукционы, или аукцион «*втемную*», практически не распространенные за пределами самой Японии. «Предложения цен на таких аукционах делаются в закрытом

---

<sup>66</sup>Кокушкина И.В., Воронин М.С. Международная торговля и мировые рынки: учебное пособие. СПб.: Техническая книга, 2007. С. 419.

<sup>67</sup>Там же. С. 419.

<sup>68</sup>Колычева В.А. Рынок произведений искусства: теоретико-экономический анализ. М.: Проспект, 2014. С. 15.

<sup>69</sup>Там же. С. 15—16.

<sup>70</sup>Там же. С. 16.

порядке и одновременно всеми участниками; аукционист выбирает максимальное ценовое предложение, которое он услышал»<sup>71</sup>.

Интернет-аукцион проводится посредством Интернета. В отличие от обычных аукционов, Интернет-аукционы проводятся на расстоянии (дистанционно) и в них можно участвовать не находясь в определённом месте проведения, делая ставки через Интернет-сайт или компьютерную программу аукциона. Если в обычных аукционах борьба идет до тех пор, пока повышаются аукционные ставки, момент окончания интернет-аукциона заранее назначается самим продавцом при выставлении товара на торги.

Порядок проведения аукциона включает в себя 4 этапа: *подготовка аукциона, осмотр товаров, аукционный торг, оформление аукционной сделки и передача товара покупателю*. Подготовка аукциона и предварительный осмотр товара покупателями — самые важные этапы организации аукциона. В ходе подготовки проходит экспертиза со стороны аукционного дома и устанавливается ценовой интервал, в котором товар может быть продан<sup>72</sup>. Предварительный осмотр товаров потенциальными покупателями также является обязательным условием аукционной торговли. Ни организаторы аукциона, ни продавцы после продажи с аукциона не принимают никаких претензий в отношении качества товара (кроме скрытых дефектов)<sup>73</sup>.

Аукционы становятся все более распространенным явлением среди всех аспектов торговли, от приобретения материалов и услуг для производства до сбыта готовой продукции конечным потребителем. Для определенного перечня товаров аукцион является основной формой реализации: через аукционные дома США, Канады и России реализуется свыше 70% всего меха, через международные аукционы реализуется около

---

<sup>71</sup>Смит Ч.У. Аукционы: от Вальраса к реальному миру // Журнал социологии и социальной антропологии. 2002, № 2. С. 45.

<sup>72</sup>Ashenfelter O., Graddy K. Art auctions: a survey of empirical studies // National Bureau of Economic Research Working Paper. 2002, № 8997. P. 6.

<sup>73</sup>Кокушкина И.В., Воронин М.С. Международная торговля и мировые рынки: учебное пособие. СПб.: Техническая книга, 2007. С. 424.

70% чая и др. Аукционы также являются крайне привлекательным инструментом для государственных сделок. Особенности теории аукционной торговли применяются и в других моделях обмена, включая двусторонние рынки, торговлю по справочной цене и другие формы переговоров.

### **1.3. Специфика аукционной торговли предметами искусства и антиквариатом.**

Аукцион — незаменимый рыночный механизм в условиях трудно определяемой рыночной цены на товар. Также аукционные торги являются наиболее прозрачной формой купли-продажи предметов искусства. В сравнении с аукционами другие формы сделок носят очевидно закрытый и субъективный характер: «реализация произведений искусства другими посредниками арт-рынка характеризуется определенной формой диктата цены со стороны продавца»<sup>74</sup>. Таким образом, для покупателя аукционная цена чаще оказывается более выгодной, чем, например, галерейная. Продавец, в свою очередь, получает возможность сэкономить временные ресурсы по сравнению с частной сделкой, а также найти будущих потенциальных клиентов<sup>75</sup>. В роли покупателями на аукционах произведений искусства могут выступать арт-дилеры, коллекционеры, музеи и др.<sup>76</sup>.

В роли покупателями на аукционах произведений искусства могут выступать арт-дилеры, коллекционеры, музеи и др.

Торговля предметами искусства и антиквариатом является преимущественной деятельностью аукционов фактически с первого дня их существования. Международный аукционный рынок произведений искусства характеризуется существенной спецификой — открытостью информации о

---

<sup>74</sup>Кукушкин Н.В. Аукционные продажи как наиболее конкурентная среда ценообразования на рынке произведений изобразительного искусства // Экономика, управление, культура. 2006, № 13(1). С. 177—179.

<sup>75</sup>Колычева В.А. Рынок произведений искусства: теоретико-экономический анализ. М.: Проспект, 2014. С. 14—15.

<sup>76</sup>Collectible investments for the high net worth investor /ed. Satchell S. Academic Press, 2009. P. 106.



сделках с предметами искусства, что позволяет отследить структуру и динамики цен, что не характерно для других участников первичного и вторичного рынков<sup>77</sup>.

Всего в мире зарегистрировано около 5 тысяч аукционных домов разного уровня. Исторически сложилось, что главными по продаже предметов искусства стали учрежденные в XVIII веке английские аукционные дома Сотбис (1744 г.) и Кристис (1766 г.). Они являются лидерами не только среди аукционов, торгующих произведениями искусства, но и среди аукционных домов всех других направлений торговли<sup>78</sup>. Совместно с другими аукционными домами национального и регионального уровня (как Филлипс в Англии или Баттерфилдс в Калифорнии) Сотбис и Кристис разработали систему правил ведения торгов, которая по сей день называется «английской»<sup>79</sup>.

Сотбис и Кристис относятся к аукционным домам первого, высшего эшелона и держат львиную долю рынка<sup>80</sup>. Ко второму уровню относятся национальные лидеры, такие как Bonhams (Великобритании), Artcurial во Франции, Villa Grisebach в Германии и т.д. Существует и третий уровень, который включает региональные аукционные дома, чаще всего специализирующиеся на определенных областях искусства. Среди аукционных домов данного уровня основная доля продаж приходится на Францию, Великобританию и США<sup>81</sup>.

Европейские аукционы на протяжении веков были центрами по продаже мебели, а также предметов декоративно-прикладного и

---

<sup>77</sup>Candela G., Scorcu A.E. In search of stylized facts on art markets prices% evidence from the secondary market for prints and drawings in Italy // Journal of Cultural Economics. 2001, Vol. 25(3). P. 225.

<sup>78</sup>Mochón A. Sáez Y. Understanding auctions. Cham, CH: Springer International Publishing, 2015. P. 2.

<sup>79</sup>Handbook of the economics of art and culture. Vol. 1. //eds. Ginsburg, V.A.; Throsby, D. Elsevier, 2006.P. 912.

<sup>80</sup>Кокушкина И.В., Воронин М.С. Международная торговля и мировые рынки: учебное пособие. СПб.: Техническая книга, 2007. С. 426.

<sup>81</sup>Попкова К.Е. Мировой рынок предметов искусства: специфика, структура, динамика // Международный студенческий научный вестник. 2015, № 4(3). С. 427.

изобразительного искусства<sup>82</sup>. Однако со временем аукционы стали специализироваться на продажах более определенных категорий товаров, например, таких как картины Старых мастеров (европейских художников XIV – XVIII вв.), импрессионисты и модернисты (художники последних десятилетий XIX века и первой половины XX века), предметы китайского традиционного и современного искусства<sup>83</sup>.

Аукционы произведений искусства представляют вторичный арт-рынок: на них осуществляется продажа, как правило, ранее купленного или унаследованного товара. Поэтому одним из наиболее важных факторов при предварительной оценке картины помимо современных покупательских тенденций и исторической значимости объекта является история владения продаваемого товара. До начала аукциона, в каталоге выкладывается вся информация о предстоящих торгах и о лотах, которые будут продаваться. В стандартный набор информации входит название предмета искусства, его автор, параметры, наличие подписи, монограммы или штампа, информация о подлинности, количество его участия в торгах, а также все упоминания данной картины в статьях критиков<sup>84</sup>.

Аукционный дом, в случае если он сам не является собственником произведения искусства, представляет интересы продавца. Аукционы получают свой доход, взимая комиссии с покупателей и продавцов. Комиссия, взимаемая с покупателя, называется *«премией покупателя»*; она выплачивается покупателем аукционному дому как 10—17% от цены продажи. Продавец также платит комиссию аукционному дому, которая называется *«комиссия продавца»*; собственник, предоставивший товар на аукцион, также обязан заплатить 10% от цены продажи<sup>85</sup>. Несмотря на то, что комиссия выражена в процентном отношении к стоимости лота, чаще всего

---

<sup>82</sup>Ginsburg, V.A., Throsby, D. Op. cit. P. 911.

<sup>83</sup>Collectible investments for the high net worth investor /ed. Satchell S. Academic Press, 2009. P. 95.

<sup>84</sup>Handbook of the economics of art and culture. Vol. 1. //eds. Ginsburg, V.A.; Throsby, D. Elsevier, 2006. P. 913.

<sup>85</sup>Ashenfelter O., Graddy K. Art auctions: a survey of empirical studies // National Bureau of Economic Research Working Paper. 2002, № 8997. P. 6.

данный момент отдельно оговаривается между конкретным аукционным домом и конкретным продавцом. Нередки ситуации, когда продавец вовсе не платит комиссию, или более того — ему гарантируется определенная минимальная стоимость продажи лота. Чаще всего подобные жесты со стороны аукционных домов вызваны влиянием конкуренции и желанием продать лот именно у себя<sup>86</sup>.

Практически во всех случаях продажи предметов искусства с аукциона существует оговоренная *резервная цена*, и которая не только держится в секрете, но аукционные дома делают все возможное для того, чтобы покупатели не сумели никак о ней узнать, так как резервная цена — это ключевой показатель действительной цены предмета по мнению владельца и самих организаторов аукциона<sup>87</sup>. Одной из причин сохранения резервной цены в секрете является попытка предотвращения любого рода сговоров или махинаций среди покупателей. Так, например, в случае знания резервной цены покупатели могут заплатить за картину значительно меньше, чем они изначально планировали<sup>88</sup>. Соответственно если максимальное ценовое предложение торгов не достигает отметки резервной цены, то памятник формально считается непроданным и снимается с аукциона<sup>89</sup>.

Аукционный дом не получает ни премию покупателя, ни комиссию продавца, если произведение остается непроданным. В этом случае по причине того, что продавец понес определенные издержки по предоставлению предмета искусства на торги, аукционный дом выплачивает собственнику компенсацию за непроданное произведение. В дальнейшем предмет может быть вторично представлен на аукционе, реализованным

---

<sup>86</sup>Handbook of the economics of art and culture. Vol. 1. //eds. Ginsburg, V.A.; Throsby, D. Elsevier, 2006. P. 913.

<sup>87</sup>Ashenfelter O., Graddy K. Art auctions: a survey of empirical studies // National Bureau of Economic Research Working Paper. 2002, № 8997. P. 29—31.

<sup>88</sup>Ginsburg, V.A., Throsby, D. Op. cit. P. 936.

<sup>89</sup>Ashenfelter O., Graddy K. Sales rates and price movements in art auctions // National Bureau of Economic Research Working Paper. 2011, № 16743. P. 4.

другим способом продажи или быть выкупленным самим аукционным домом<sup>90</sup>.

На аукционных торгах произведение искусства может быть реализовано по максимальной цене из всех для него возможных. К 2015 году общий объем мирового аукционного арт-рынка оценивается в \$16,095 млрд, было выставлено на продажу 865 700 лотов, что на 3% больше, чем в 2014 году. После пяти лет лидерства Китай вновь уступил первое место США, несмотря на стабилизацию в конце 2015 года. На третьем месте — Великобритания, увеличившая объем своего арт-рынка за последние 10 лет в два раза<sup>91</sup>.

Арт-рынок является самостоятельным сегментом мирового товарного рынка, обладает сложившейся внутренней инфраструктурой, вовлечен в систему международных хозяйственных связей посредством многочисленных взаимосвязей с другими секторами мировой экономики — производством, торговлей, финансовой, банковской, социально-культурной сферами. Ускоренные темпы глобализации в XX веке изменили подход к потреблению искусства, привели к изменениям традиционных функций художественных институций и повлияли на усиление роли посредников.

В силу уникальности предлагаемого рынком товара поведение потребителей и мировые экономические и политические события оказывают влияние на рынок искусства и антиквариата намного в меньшей степени, нежели на другие традиционные товарные рынки.

Аукционная торговля предметами искусства и антиквариатом в настоящее время является прибыльной сферой экономики Европы, США и

---

<sup>90</sup>Ashenfelter O., Graddy K. Sales rates and price movements in art auctions // National Bureau of Economic Research Working Paper. 2011, № 16743. P. 3.

<sup>91</sup>The art market in 2015 // Artprice: the world leader in art market information (от 03.2016) URL: [http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016\\_en.pdf](http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016_en.pdf)

Китая. Ко второй половине XX в. окончательно сложилась модель торгов, ориентированная на широкую публику: цена представленных лотов на аукционных торгах предметами искусства варьируется в диапазоне от 5 до 179 млн долларов США, что покрывает абсолютно все ценовые категории.

## **Глава 2. Аукционная торговля предметами искусства и антиквариатом в Китае**

### **2.1 Современный рынок искусства Китая: условия возникновения и формирования**

Становление рыночной экономики в КНР сопровождалось фундаментальными изменениями во всех сферах китайского общества. На волне роста доходов на душу населения стала очевидной тенденция к увеличению числа инвестиций в сферу культурного наследия. Китайские инвестиции осуществляются не только с учетом долгосрочной прибыли, но и на основе эстетических предпочтений и эмоционального порыва<sup>92</sup>. В соответствии с наметившимися тенденциями в данной главе ставится задача объединить исторические факты и современные реалии и прийти к четким выводам по вопросам организации торговли предметами искусства и текущему положению на национальном рынке предметов искусства и антиквариата Китая.

История современного рынка произведений искусства и антиквариата Китая начинается с периода Поздней Цин (1796 — 1911), когда в Китае не на долгое время был сформирован европейский тип художественного рынка: так, в 1874 году Англия учредила в Шанхае дальневосточную компанию «L. Moore & Co.», занимавшуюся продажей предметов искусства с аукциона<sup>93</sup>. Однако негативные последствия Опиумных войн и общий упадок в империи привели к смене государственного режима, что положило конец династической феодальной системе и традиционному рынку искусства Китая<sup>94</sup>. В дальнейшем китайский художественный рынок переживал

---

<sup>92</sup>Wang A. Chinese antiquities: an introduction to the art market. Surrey, UK: Lund Humphries, 2012. P. 22.

<sup>93</sup>Ван Чжаоянь. Цзюй чанвэй лилунь дэ чжунго ишу пинь паймай шичан фачжань яньцзю (基于长尾理论的中国艺术品拍卖市场发展研究 Исследование развития аукционного рынка предметов искусства, основанное на теории «длинного хвоста»). Чжучжоу, 2013. С. 4.

<sup>94</sup>Wang A. Op. cit. P. 21.

трудные времена, связанные с военной диктатурой, гражданской войной и интервенцией иностранных держав. В период с 1911 по 1939 гг. рынок антиквариата стал ассоциироваться исключительно с контрабандой и «теневой» стороной торговли предметами искусства<sup>95</sup>.

В эпоху маоистского Китая (1949 — 1976) многие сферы общественной жизни находились в фазе застоя. Под эгидой борьбы с «четырьмя пережитками» был нанесен небывалый урон памятникам китайской материальной и духовной культуры, исчезли антикварные лавки. Торговля произведениями искусства осуществлялась исключительно посредством государственных магазинов<sup>96</sup>.

Все начало меняться с началом политики реформ и открытости в 1979 году. Участникам арт-рынка по-прежнему приходилось осуществлять свою деятельность согласно модели плановой экономики, однако развитие экспорта и реформа цен привели к бурному росту рынка в 90-х гг. XX века. В 1992 году в Шанхае была учреждена первая китайская аукционная фирма, торгующая предметами искусства — Shanghai Duoyunxuan Auction Company (朵云轩拍卖公司, *доюньсюань паймай гунсы*), что знаменовало начало эпохи аукционной торговли в Китае; 16 ноября 1993 г. в Гуанчжоу была проведена первая выставка современного искусства, организованная министерством культуры КНР<sup>97</sup>. Правительство стало играть важную роль в коммерциализации предметов искусства и регулировании рыночных отношений.

После того, как в 1991 году Госсоветом КНР была официально одобрена концепция «культурной экономики»<sup>98</sup>, были регламентированы разные стороны жизни рынка искусства — 25 ноября 1994 г. был утвержден

---

<sup>95</sup>Чжу Гуан. Китайское искусство на современном международном художественном рынке. М.: МГУ, 2008. С. 27.

<sup>96</sup>Лю Сяньюй. Чжунго дандай ишу пинь цзяоьи цзичжи яньцзю (刘翔宇. 中国当代艺术品交易机制研究 Механизм торговли предметами искусства в Китае). Цзилинь, 2012. С. 50

<sup>97</sup>Там же. С. 50.

<sup>98</sup>Ван Чжаоянь. Цзюй чанвэй лилунь дэ чжунго ишу пинь паймай шичан фачжань яньцзю (基于长尾理论的中国艺术品拍卖市场发展研究 Исследование развития аукционного рынка предметов искусства, основанное на теории «длинного хвоста»). Чжучжоу, 2013. с. 4.

закон о «Способах управления произведениями искусства», 26 октября 1995 г. — закон о «Методах брокерского управления», 1 января 1997 г. — «Устав об аукционах КНР», 20 мая 1997 г. — «Устав об охране традиционных произведений искусства». Начиная со второй половины 2005 года, рынок произведений искусств Китая стал стабильным и регулируемым, так как правительство сумело позаботиться о модификации системы правовой защиты. Ведущими игроками арт-рынка были разработаны стратегии завоевания международной репутации. Либерализация экономической жизни сделала возможным появление частных коммерческих галерей и выставочных центров<sup>99</sup>.

Современный китайский рынок предметов искусства и антиквариата — один из самых перспективных инвестиционных рынков в мире. Как и в других странах, наиболее влиятельными игроками арт-рынка являются *галереи, аукционные дома и ярмарки искусства*. Самое большое количество антикварных магазинов, художественных галерей и головных офисов аукционов сосредоточено в Пекине, Шанхае, Гонконге и в других городах восточного побережья. Гонконг традиционно исполняет роль соединяющего моста между рынком искусства материкового Китая и внешним миром<sup>100</sup>.

В отличие от западных рынков, *дилерами* китайского искусства как правило являются субъекты семейного бизнеса<sup>101</sup>. Также среди торговцев предметами китайского искусства проходит принципиальное разделение на китайских и иностранных дилеров. Большую часть XX века на рынке произведений китайского искусства доминировали западные компании, принцип работы которых основывается на коммуникационных сетях с несколькими китайскими партнерами, поставлявшими китайский антиквариат в Европу, где он уже продается по существенно завышенной цене. Китайские коллекционеры предпочитают иметь дело именно с

---

<sup>99</sup>Чжан Д. Ценность и ценности современного арт-рынка Китая // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов (от 30.10. 2014). URL: <http://jurnal.org/articles/2014/iskus9.html>

<sup>100</sup>Чжу Гуан. Китайское искусство на современном международном художественном рынке. М.: МГУ, 2008. С. 39—40.

<sup>101</sup>Wang A. Chinese antiquities: an introduction to the art market. Surrey, UK: Lund Humphries, 2012. P. 135.



китайскими дилерами искусства, так как те обладают большей информацией о «подводных камнях» рынка и способны предложить уникальный товар без участия в аукционных торгах<sup>102</sup>.

Китайские художественные галереи являются местом постоянной презентации и сбыта произведений не только китайского, но и азиатского искусства в целом. Современные галереи берут на себя расходы по содержанию художников взамен на комиссионную прибыль от продажи предметов искусства. И все же галереи играют второстепенную роль по сравнению с другим игроком арт-рынка — аукционами<sup>103</sup>.

Китайские аукционные дома на данный момент играют определяющую роль в распространении и стимулировании притока инвестиций в предметы китайского искусства, что вынудило крупнейшие западные аукционные дома с мировым именем — Сотбис и Кристис — прекратить торговлю китайским искусством в странах Запада и открыть свои филиалы в Гонконге. Товарный ряд, представленный на аукционах разного уровня, включает в себя как памятники древней культуры, так и работы современных авторов<sup>104</sup>.

Главными ярмарками искусства в Китае являются International Antiques & Arts Expo (Тайюань, провинция Шаанси), Шанхайская художественная ярмарка, Гуанчжоуская международная художественная ярмарка и Гонконгская международная выставка произведений искусств<sup>105</sup>.

В настоящее время, согласно истории развития китайского традиционного рынка искусства, было сформировано следующие товарные категории: каллиграфия и живопись Китая в традиционном стиле, произведения искусства современной эпохи и картины в западном стиле

---

<sup>102</sup>Ван Чжаоянь. Цзюй чанвэй лилунь дэ чжунго ишу пинь паймай шичан фачжань яньцзю (基于长尾理论的中国艺术品拍卖市场发展研究 Исследование развития аукционного рынка предметов искусства, основанное на теории «длинного хвоста»). Чжучжоу, 2013. с. 5

<sup>103</sup>Чжан Д. Ценность и ценности современного арт-рынка Китая // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов (от 30.10. 2014). URL: <http://jurnal.org/articles/2014/iskus9.html>

<sup>104</sup>Аукционный дом Christie's приходит в Китай // GBtimes (от 25.09.2013). URL: <http://ru.gbtimes.com/zhizn/aukcionnyy-dom-christies-prihodit-v-kitay> (дата посещения: 14.05.2016)

<sup>105</sup>

китайских художников<sup>106</sup>, антикварные произведения декоративно-прикладного искусства<sup>107</sup>.

В отличие от аукционных домов, арт-дилеры специализируются на одной товарной категории, что сопряжено с определенными рисками: на территории Китая ведутся активные археологические работы как легальными, так «черными» археологами, и сегодняшняя популярность определенной товарной категории не гарантирует спрос на товар завтра<sup>108</sup>.

Специфика современного китайского художественного рынка обуславливается рядом проблем — нехваткой квалифицированных кадров на арт-рынке, ограничением экспорта, «черной археологией», фальсификацией предметов искусства и репатриацией культурных ценностей<sup>109</sup>.

Во-первых, статус эксперта в Китае, обладающего правом оценки предметов искусства, до сих пор законодательно не определен. Подавляющее большинство дилеров и владельцев аукционных домов признают, что в силу нехватки компетентных консультантов и экспертов все больше некачественного или поддельного товара участвует в товарообороте рынка искусства<sup>110</sup>. Определенные сложности вызывает и тот факт, что потребители стали куда более разборчивы в своих вкусах, требуя от дилеров все новых и новых работ высочайшего качества и подлинности. Последнее становится и вовсе едва ли не главным критерием — почти все современные договоры купли-продажи антикварных предметов имеют в себе пункты о возврате

---

<sup>106</sup>Примечание — В Китае совершенно иное понятие современного искусства, отличное от западного мира. Например, каллиграфия в традиционном стиле и монохромная живопись могут входить в категорию современного искусства.

<sup>107</sup>Ли Фэн. Чжунго дан дай ишу паймай дэ лиши хуэйгу юй сяньчжуан фэньси (李峰。中国当代艺术拍卖的历史回顾与现状分析 Историческая ретроспектива и анализ современного положения китайский аукционов, торгующих предметами современного искусства) // Дунфан ишу (Восточное искусство). 2007 — № 9. С. 15.

<sup>108</sup>Wang A. Chinese antiquities: an introduction to the art market. Surrey, UK: Lund Humphries, 2012. P. 136.

<sup>109</sup>Юэ Чжицян. Чжунго паймайё дэ чжуанкуан цзи фачжань сылу (乐智强。中国拍卖业的状况及发展思路 Современное положение и перспективы развития индустрии аукционной торговли Китая). Сямынь, 2001. С. 22.

<sup>110</sup>Чжао Юй. Чжунго вэньбу паймай шичан эр ши нянь (赵榆。中国文物拍卖市场二十年 Обзор аукционной торговли предметами искусства в Китае за 20 лет) // Шоуцаньцзя цзачжи (Коллекционеры). 2012 — № 2. С. 88.

предмета с компенсацией в случае доказательства его поддельности<sup>111</sup>. Таким образом, необходимость в развитии института экспертизы государственной сертификации данного вида предпринимательской деятельности становится необходимой.

Во-вторых, нормы таможенного законодательства КНР не ориентированы на интеграцию Китая на мировой художественный рынок. Жесткий контроль импорта и экспорта, который усугубляет сложная и запутанная бюрократическая система, ограничивает участие иностранцев в китайском рынке искусства и антиквариата. По закону «Об охране культурных памятников» Государственное бюро культурных реликвий (国家文物局, *гоцзя вэньье цзю*) наложило запрет на экспорт реликвий старше 1911 года на основании того, спрос на китайский антиквариат поощряет расхищение национальных культурных памятников. В законе определены три категории товаров, которые запрещено вывозить из страны:

1. Предметы искусства, созданные ранее 1911 года.
2. Предметы искусства, созданные после 1949 года и считающиеся культурным достоянием.
3. Любой объект искусства, который считается важной частью наследия национального меньшинства и был создан ранее 1966 года<sup>112</sup>.

В-третьих, высокий спрос на предметы китайского искусства и жесткая система экспортного контроля привели к расцвету нелегальной торговли китайским антиквариатом, «черной археологии» и фальсификации предметов культурного достояния.

Китайское правительство не в состоянии контролировать незаконную деятельность «черных археологов» и фальсификаторов, действующих на отдаленных от центра территориях. Сельские жители в ходе обработки земли находят древние артефакты, после чего превращают пахотные земли в место археологических раскопок. Чтобы возместить ущерб от привидения земли в

---

<sup>111</sup>Wang A. Chinese antiquities: an introduction to the art market. Surrey, UK: Lund Humphries, 2012. P. 23.

<sup>112</sup>Wang A. Op. cit. P. 135.

негодность, «археологам» выгодней пустить товары по «теневой» линии сбыта, чем отдавать их региональному правительству<sup>113</sup>. Торговля поддельными произведениями искусства и антиквариатом образует порочный круг: сбыт подделок с помощью финансовой поддержки из-за рубежа реализуется на аукционах локального и регионального уровня среди несведующих покупателей, после чего предметы псевдокитайского искусства покидают пределы страны и наводняют международный арт-рынок<sup>114</sup>. Китайское правительство неоднократно сталкивалось с тем, что развязывало борьбу за возвращение, как оказывалось, поддельных культурных ценностей<sup>115</sup>.

По статистике ЮНЕСКО около 1,67 млн китайских реликвий находятся в музеях всего мира и в коллекциях частных коллекционеров<sup>116</sup>. Многие из этих произведений искусства были приобретены легальным способом, однако часть из них составляют предметы, вывезенные иностранцами во времена Гоминьдана и Культурной революции в качестве контрабанды или военных трофеев<sup>117</sup>. Правительство Китая предпринимает все возможные меры по возвращении культурных наследия из-за рубежа, однако ни один закон, в том числе конвенция ЮНЕСКО 1970 года о «Мерах, направленных на запрещение и предупреждение незаконного ввоза, вывоза и передачи права собственности на культурные ценности» и конвенция УНИДРУА 1995 года по «Похищенным или незаконно вывезенным культурным ценностям», не регламентируют судьбу предметов искусства и антиквариата, созданных позднее 1970 года<sup>118</sup>.

Централизованное однопартийное управление страной позволяет правительству КНР контролировать ключевые отрасли промышленности, фондовый рынок и банковскую систему, задавая общую тенденцию на

---

<sup>113</sup>Чжу Гуан. Китайское искусство на современном международном художественном рынке. М.: МГУ, 2008. С. 37.

<sup>114</sup>Wang A. Chinese antiquities: an introduction to the art market. Surrey, UK: Lund Humphries, 2012. P. 30.

<sup>115</sup>Ibid. P. 31.

<sup>116</sup>Ibid. P. 23.

<sup>117</sup>Ibid. P. 27.

<sup>118</sup>Ibid. P. 27.

экономическое процветание страны. Как показал мировой финансовый кризис 2007-2009 гг., экономическая модель развития, которой придерживается Китай, позволила избежать тех потрясений, обрушившихся на западный мир. В то время как в период с 2008 по 2010 гг. рынок роскоши в США упал на 16%, в Японии — на 10%, в Европе — 8%, продажи в Китае увеличились на 12%<sup>119</sup>.

Установить точные цифры и объемы продаж участников арт-рынка в силу отсутствия публичной информации представляется крайне сложной задачей. По приблизительным оценкам зарубежных экспертов ежегодный объем рынка составляет около 2,09 млрд долларов США<sup>120</sup>. За последние 8 лет объем китайского рынка предметов искусства вырос 305%, в то время мировой арт-рынок — на 212%. К 2015 году объемы продаж составили 4,9 млрд долларов США. Особенно привлекательным потребителем рынка находит для себя сегменты китайского модернизма и современного искусства<sup>121</sup>. [+кит.источник] При этом растет поляризация рынка: самый дорогой сегмент арт-рынка продолжает вызывать больший интерес покупателей, в то время как средний и нижний сегменты продолжают испытывать сильные колебания. Региональными лидерами остаются Пекин и Гонконг<sup>122</sup>.

## **2.2 Важнейшие характеристики аукционной торговли предметами искусства и антиквариатом в Китае**

Индустрия аукционной торговли в Китае была сформирована после середины XIX века. Сама модель аукционна была заимствована из зарубежного опыта. Самые ценные предметы китайского искусства и

---

<sup>119</sup>Wang A. Chinese antiquities: an introduction to the art market. Surrey, UK: Lund Humphries, 2012. P. 22.

<sup>120</sup>McAndrew C. Global art market in 2010: crisis and recovery // The European Fine Art Foundation. URL: <http://www.tefaf.com/media/tefafmedia/tefaf%202011%20art%20market%20report.pdf>

<sup>121</sup>The art market in 2015 // Artprice: the world leader in art market information (от 03.2016) URL: [http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016\\_en.pdf](http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016_en.pdf)

<sup>122</sup>The art market in 2015 // Artprice: the world leader in art market information (от 03.2016) URL: [http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016\\_en.pdf](http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016_en.pdf)

антиквариат продаются в разные уголки планеты — Тайвань, США, Японию и др. — именно с аукциона.

В Законе КНР об аукционной продаже от 2004 года (中华人民共和国拍卖法, *чжунго женьминь гунхэго паймай фа*) приведены следующие определение и положения о ведении аукционной торговли в Китае: «Аукцион является видом торговли, основанной на конкурентной ценовой борьбе. Торговля на аукционе может осуществляться как товарами, так и правами на собственность. Покупателем является тот, кто предложил самую высокую цену»<sup>123</sup>.

Первое упоминание об аукционе датируется VII веком н. э. Считается, что форма аукционной торговли пришла в Китай из Индии во времена династии Тан (618—907) и распространилась вслед за буддийским учением<sup>124</sup>. В Средневековом Китае для аукциона существовал специальный термин — 唱卖 (*чанмай*, «продавать с пением»). Аукцион использовался как один из видов распродажи личных вещей и одежды монархов для выручки денег на содержание буддийских храмов<sup>125</sup>. Тем не менее аукционная торговля мало где была распространена.

В XIX веке в период Опиумных войн и полуколониального положения Китая приход иностранных держав на рынок Китая способствовал усовершенствованию аукционного механизма, так как аукцион уже к тому времени являлся одной из основных форм торговли на Западе<sup>126</sup>. Гуанчжоу и Шанхай считаются «колыбелью» китайской аукционной торговли западного типа. После заключения Нанкинского договора в 1842 году началось стихийное появление аукционных домов, учрежденных иностранцами, во всех крупных городах Китая<sup>127</sup>.

---

<sup>123</sup>Юэ Чжицян. Чжунго паймайё дэ чжуанкуан цзи фачжань сылу (乐智强。中国拍卖业的状况及发展思路 Современное положение и перспективы развития индустрии аукционной торговли Китая). Сямынь, 2001. С. 1.

<sup>124</sup>Там же. С. 2.

<sup>125</sup>Cassady R.Jr. Auctions and auctioneering. Los Angeles, CA: University of California Press, 1979. P. 29.

<sup>126</sup>Юэ Чжицян (乐智强). Указ. соч. С. 3.

<sup>127</sup>Там же. С. 3.

После основания Китайской Народной Республики в 1949 году аукцион пропал из жизни Китая на 30 лет в силу идеологических причин. Плановая экономика предполагала установление фиксированных цен на продукцию. Аукцион же является рыночной моделью ведения торговли, где цена на товар формируется на основе спроса и предложения<sup>128</sup>.

С началом политики реформ и открытости в 1979 году аукционная торговля возродилась в полной мере. В ноябре 1986 года был учрежден первый аукционный дом в КНР — Государственный аукционный дом Гуанчжоу (国营广州拍卖行, *гоин гуанчжоу паймайхан*). Преобладал вид принудительного аукциона, который использовался для продажи конфискованного или государственного имущества<sup>129</sup>. Данный период является относительно противоречивым в истории китайского аукциона. Хозяйствующие субъекты все еще вели свою деятельность согласно модели плановой экономики. Это позволило аукционным домам достаточно быстро сформировать круг постоянных покупателей и продавцов в лице государственных учреждений, что дало толчок к развитию индустрии аукционной торговли. С другой стороны, деятельность аукционных домов не была регламентирована вплоть до 1990-х гг<sup>130</sup>.

В 1992 году Госсовет КНР издал уведомление о «Ведении государственных торгов на имущество», в котором говорилось о «постепенном создании и совершенствовании системы публичных аукционов, торгующих государственной собственностью»<sup>131</sup>. Так как аукционы выполняли роль катализатора рыночной экономики, был создан план по учреждению аукционных домов во всех провинциях Китая и надзору за их деятельностью государственной властью. В октябре 1992 года аукционная

---

<sup>128</sup>Чжао Юй. Чжунго вэнью паймай шичан эр ши нянь (赵榆。中国文物拍卖市场二十年 Обзор аукционной торговли предметами искусства в Китае за 20 лет) // Шоуцаньцзя цзачжи (Коллекционеры). 2012 — № 2. С. 85.

<sup>129</sup>Там же. С. 3.

<sup>130</sup>Юэ Чжицян. Чжунго паймайье дэ чжуанкуан цзи фачжань сылу (乐智强。中国拍卖业的状况及发展思路 Современное положение и перспективы развития индустрии аукционной торговли Китая). Сямынь, 2001. С. 3.

<sup>131</sup>Там же. С. 4.

фирма «Пекинский аукционный рынок» (北京拍卖市场, *бэйцзин паймай шичан*) при поддержке и руководстве Управления по культурным ценностям Пекина организовала Международный аукцион произведений искусства и культурных ценностей. Этот аукцион являлся первым аукционом произведений искусства, начиная с 50-х гг. XX века. В этом же году была создана первая аукционная фирма, торгующая предметами искусства — Shanghai Duoyunxuan Auctions (朵云轩拍卖公司, *доюньсюань паймай гунсы*)<sup>132</sup>.

В период с 1996 по 2001 гг. китайский аукционный рынок произведений искусств Китая постепенно поднялся на уровень с целостной и довольно хорошо регулируемой системой. Одной из важных причин является Закон КНР об аукционной продаже, который был официально опубликован в 1996 году. Стали формироваться ассоциации с известными брендами аукционных компаний и концепции развития рынка произведений искусств<sup>133</sup>.

Феноменальный взлет популярности китайских аукционных домов пришелся на период 2009-2010 гг. Когда международные компании были вынуждены сбавлять обороты в связи с мировым кризисом, на аукционном рынке предметов искусства и антикварата Китая был поставлен мировой рекорд. Согласно неполной статистике, совокупный оборот аукционной торговли предметами искусства и антиквариата Китая составил в 2,5 млрд долларов США, который увеличился на 123% по сравнению с 2009 годом<sup>134</sup>. После почти векового двоевластия Sotheby's и Christie's на рынке предметов китайского искусства, львиную долю рынка стали забирать и китайские аукционные дома, количество которых росло с каждым днем.

---

<sup>132</sup>

<sup>133</sup>Юэ Чжицян. Чжунго паймайье дэ чжуанкуан цзи фачжань сылу (乐智强。中国拍卖业的状况及发展思路 Современное положение и перспективы развития индустрии аукционной торговли Китая). Сямынь, 2001. С. 4.

<sup>134</sup>Ван Чжаоянь. Цзиюй чанвэй лилунь дэ чжунго ишу пинь паймай шичан фачжань яньцзю (基于长尾理论的中国艺术品拍卖市场发展研究 Исследование развития аукционного рынка предметов искусства, основанное на теории «длинного хвоста»). Чжучжоу, 2013. с. 1.



Среди множества различных аукционных домов Китая особо выделяются два — China Guardian (созданный в 1993 году) и Beijing International Poly Auction (Poly, созданный в 2005 году). На данный момент Guardian и Poly являются сами крупными аукционными домами Китая, торгующими предметами искусства и антиквариатом, что позволяет им применять самые разные виды агрессивного привлечения потенциальных продавцов. Именно на них приходится основная доля продаж и большая часть оборота средств, что делает их действительно серьезными конкурентами западной дуополии Christie's и Sotheby's.

Для географического сдвига центра продаж предметов китайского искусства с Запада на Восток существовало немало причин. Самой главной из них стала острая необходимость в изменении списка предлагаемых изделий в соответствии со вкусами азиатских покупателей, которые достаточно сильно отличаются от общепринятых западных стандартов Лондона и Нью-Йорка<sup>135</sup>. Важным фактом стало и то, что Christie's и Sotheby's были вынуждены открыть свои филиалы в Гонконге.

Сфера аукционных продаж предметов искусства и антиквариата в Китае включает в себя такие произведения китайского искусства как древние культурные ценности, работы по каллиграфии и живописи авторов современности, старинные книги, тексты музыкальных произведений, рукописи авторов и др. В среднем классическая китайская живопись, изделия из керамики и прочие работы китайских мастеров продаются с достаточно высоким процентом вероятности — в среднем от 60% до 65% работ находят своих обладателей<sup>136</sup>.

Основными продавцами китайских предметов искусства как правило выступают западные или азиатские коллекционеры, которые время от времени выставляют те или иные предметы из своих коллекций на продажу.

---

<sup>135</sup>Wang A. Chinese antiquities: an introduction to the art market. Surrey, UK: Lund Humphries, 2012. P. 26.

<sup>136</sup>Ibid. 26.

Также в публичных торгах иногда участвуют музеи, в таком случае все доходы от проданных изделий идут на благотворительность<sup>137</sup>.

Подавляющим большинством покупателей на китайских аукционах являются именно китайцы с материковой части Китая. Связано это в первую очередь со строжайшими запретами на вывоз предмета антиквариата из страны. Однако это не мешает многим приезжим специалистам участвовать в проведении торгов в качестве сторонних наблюдателей. Продавцы же стекаются на китайские аукционы со всей планеты, так как не существует никаких ограничений по ввозу предметов искусства или антиквата в страну. Важной особенностью является и тот факт, что далеко не всегда покупатель, который приобрел то или иное произведение с торга, является конечным. Дилеры как правило приобретают предметы на правах своих клиентов. Чаще всего подобные операции вызваны сложностями с конвертацией валюты и выводом крупных сумм китайских юаней из страны, а нередко и просто желанием владельца оставаться анонимным<sup>138</sup>.

К 2006 году в Пекине и Гонконге сформировались основные центры аукционной торговли предметами искусства и антиквариата в Китае. За ними следуют Тайвань, Шанхай, Нанкин, Ханчжоу. Самыми крупными аукционными домами считаются Beijing Poly International Auction Company (保利, *баоли*), China Guardian Auctions (嘉德, *цзядэ*), HK Christie's, (HK 佳士得, *цзяшидэ*) HK Sotheby's (HK 苏富比, *суфуби*). Все они находятся в Пекине и Гонконге. В остальных крупных городах находится примерно по 10 аукционов<sup>139</sup>. Направления аукционной торговли, которые набирают популярность, автоматически перемещаются в столицу либо бывшую британскую колонию, где бизнес-общение проходит на общепринятом в мире английском языке, что не может устраивать региональные аукционные дома.

---

<sup>137</sup>Wang A. Chinese antiquities: an introduction to the art market. Surrey, UK: Lund Humphries, 2012. P. 137.

<sup>138</sup>Ibid. P. 137.

<sup>139</sup>Лю Сяньюй. Чжунго дандай ишу пинь цзяоэи цзичжи яньцзю (刘翔宇. 中国当代艺术品交易机制研究 Механизм торговли предметами искусства в Китае). Цзилинь, 2012. 54

Китайские аналитики сравнивают сложившуюся ситуацию с периодом Сражающихся царств (战国时代, *чжаньго шидай*)<sup>140</sup>.

Например, до 2004 года продаж маслянной живописи, скульптуры и современного искусства занимались только 2 аукционных дома — China Guardian и Beijing Huachen Auctions, так как направление современного искусства было менее популярно чем направление традиционного. После 2006 года на пике возрастающей популярности современного искусства к ним присоединились и другие аукционные дома городов восточного побережья. Однако к 2010 году центр аукционной торговли предметами современного искусства естественным образом сместился в Пекин<sup>141</sup>.

Преимущество аукционных домов, находящихся в Гонконге, заключается в гибких налоговых и регуляторных системах, которые не облагают никакими тарифами ни на ввоз, ни на вывоз из страны практически всех товарных категорий, включая предметы искусства, антиквариат и алкоголь. Тем не менее, начиная с 2010 года аукционные дома Пекина стабильно доминируют над гонконгскими филиалами Christie's и Sotheby's по объемам продаж. В этих условиях китайские аукционные дома пытаются перестроить свои подходы и диверсифицировать аукционную торговлю. Аукцион China Guardian начал проводить специализированные аукционы, посвященные определенной теме, аукцион Poly International направил свое внимание на работы молодых художников и абстрактное искусство. Внимание покупателей сместилось от известных современных художников Китая к новым именам, не связанным с предыдущим «пузырем цен» на рынке<sup>142</sup>.

---

<sup>140</sup>Ли Фэн. Чжунго дан дай ишу паймай дэ лиши хуэйгу юй сяньчжуан фэньси (李峰。中国当代艺术拍卖的历史回顾与现状分析 Историческая ретроспектива и анализ современного положения китайский аукционов, торгующих предметами современного искусства) // Дунфан ишу (Восточное искусство). 2007 — № 9. С. 18.

<sup>141</sup>Ли Фэн. Чжунго дан дай ишу паймай дэ лиши хуэйгу юй сяньчжуан фэньси (李峰。中国当代艺术拍卖的历史回顾与现状分析 Историческая ретроспектива и анализ современного положения китайский аукционов, торгующих предметами современного искусства) // Дунфан ишу (Восточное искусство). 2007 — № 9. С. 18.

<sup>142</sup>

На аукционном рынке предметов искусства и антиквариата в последние годы наблюдался стремительный темп развития. четыре из них входят в мировую десятку, а Poly International занимает третье место<sup>143</sup>. По предварительным расчетам в Китае в настоящее время зарегистрировано свыше 8 000 коллекционеров, пользующихся услугами аукционных домов. Китай также обогнал Францию и стал третьим по величине мировым аукционным рынком предметов искусства и антиквариата<sup>144</sup>. Среди самих коллекционеров присутствует большое разнообразие: в основном, все коллекции так или иначе собираются по принципу личных симпатий к тому или иному виду искусства, одновременно с этим вещи должны быть редкими или уникальными в своем роде. Среди предметов искусства китайцами высоко ценится каллиграфия, живопись, фарфор, изделия из нефрита, жадеита, слоновой кости, рога носорога, и сандалового дерева, драгоценные камни, жемчуг, лаковые изделия. Как говорят китайцы, чего мало, то и дорого (物以稀为贵, *у и си вэй гуй*).

### **2.3 Характеристика деятельности аукционного дома Beijing Poly International Auction Company**

По статистическим данным, Китай, включая Гонконг, занимает 41,4% мирового аукционного рынка, в то время как вся остальная Азия — лишь 1,6%<sup>145</sup>. Особенно примечательным является то, насколько сильно аукционная торговля подняла в сфере арт-рынка. Если в США и Европе лидирующие позиции в художественном бизнесе остаются за *галеристами* и

---

<sup>143</sup>Wang A. Chinese antiquities: an introduction to the art market. Surrey, UK: Lund Humphries, 2012. P. 33.

<sup>144</sup>Ван Чжаоянь. Цзюй чанвэй лилунь дэ чжунго ишу пинь паймай шичан фачжань яньцзю (基于长尾理论的中国艺术品拍卖市场发展研究 Исследование развития аукционного рынка предметов искусства, основанное на теории «длинного хвоста»). Чжучжоу, 2013. с. 1-2.

<sup>145</sup>O'Dea M. How China went from art-market afterthought to world auction superpower // Blouin Art Info (от 2.05.2014). URL: <http://www.blouinartinfo.com/news/story/802441/how-china-went-from-art-market-afterthought-to-world-auction>

дилерами, то в Азии потребители искусства предпочитают обращаться к услугам аукционных домов<sup>146</sup>.

В 2011 году Beijing Poly International Auction Company (Poly) впервые занял третье место после бессменных лидеров рынка Sotheby's и Christie's по числу и совокупной стоимости проданных лотов, включенных в рейтинги самых дорогих предметов искусства в мире по аукционным ценам<sup>147</sup>. Крупный игрок китайского рынка предметов искусства и антиквариата (а теперь и мировой лидер) относительно недавно пришел на рынок и самого начала демонстрировал быстрые темпы развития в премиальном сегменте арт-рынка.

Западный рынок искусства прежде всего держится на потребительском потенциале своих клиентов, долгосрочной связи с которыми можно добиться благодаря личным контактам и репутации. Почти за каждым крупным игроком западного художественного рынка стоит вековая история и известные экспертному кругу профессионалы-легенды<sup>148</sup>. В отличие от западных собратьев Поли не ассоциируются с известными для западного арт-мира именами, а в противоположность им «выстраивают свою идентичность на базе зонтичного бренда Poly Group»<sup>149</sup>.

Beijing Poly International Auction Company принадлежит China Poly Group Corporation — государственному предприятию, оцениваемому в 40 млрд долларов США<sup>150</sup>. Poly (保利, *баоли*) в китайском языке означает «защищать победу». По китайским меркам China Poly Group Corporation имеет более чем благородное происхождение. Компания была учреждена в 1983 году как совместное предприятие Народно-освободительной армии

---

<sup>146</sup>O'Dea M. How China went from art-market afterthought to world auction superpower // Blouin Art Info (от 2.05.2014). URL: <http://www.blouinartinfo.com/news/story/802441/how-china-went-from-art-market-afterthought-to-world-auction>

<sup>147</sup>Скатерщиков С. Чудо из Поднебесной, или ГлавКитайАртТорг // Private Banking & Wealth Management (от 08.09.2011). URL: <http://pbwm.ru/articles/chudo-iz-podnebesnoy-ili-glavkitayartorg>

<sup>148</sup>Там же.

<sup>149</sup>Скатерщиков С. Чудо из Поднебесной, или ГлавКитайАртТорг // Private Banking & Wealth Management (от 08.09.2011). URL: <http://pbwm.ru/articles/chudo-iz-podnebesnoy-ili-glavkitayartorg>

<sup>150</sup>Pollack B. China's growing auction giant // Artnews (от 21.10.2013). URL: <http://www.artnews.com/2013/10/21/chinas-growing-auction-giant/>

Китая и CITIC, международной китайской торговой инвестиционной компании<sup>151</sup>. Сегодня China Poly Group Corporation является диверсифицированным государственным холдингом, основными направлениями бизнеса которого являются управление недвижимостью, международная торговля гражданской и военной продукцией «с общим мандатом от китайской партии и правительства на деятельность во всех отраслях, затрагивающих национальную безопасность и национальное экономическое жизнеобеспечение»<sup>152</sup>. В 2000 году Поли разработал стратегию «мягкой силы» — использовать культуру и искусство ради получения мирового влияния. С этой целью было создано предприятие в области искусства и культуры — Poly Culture & Art Co. Ltd (оно же Poly Culture Group)<sup>153</sup>. В настоящее время Poly Culture Group управляет музеем искусств Poly в Пекине (Poly Art Museum), кинотеатрами, а также предприятиями индустрии кино и телевидения. Самым успешным направлением Poly Culture Group является аукционный дом Beijing Poly International Auction Company, который был учрежден 1 июля 2005 года<sup>154</sup>.

На официальном сайте Поли указано, что [+кит. источник]. Аукционные сессии проводятся стандартно — 2 раза в год, весной и осенью. Исходя из аукционных каталогов разных лет, опубликованных на сайте, можно выделить следующие категории предметов искусства и антиквариата, на которых специализируется аукционный дом: китайская современная живопись и каллиграфия, китайская традиционная живопись и каллиграфия, декоративно-прикладное искусство, редкие книги и др.<sup>155</sup>.

Ресурсы, которыми располагает Poly Culture Group, составляют основу конкурентных преимуществ его аукционного дома:

---

<sup>151</sup>Скатерщиков С. Чудо из Поднебесной, или ГлавКитайАртТорг // Private Banking & Wealth Management (от 08.09.2011). URL: <http://pbwm.ru/articles/chudo-iz-podnebesnoy-ili-glavkitayartorg>

<sup>152</sup>Heyman S. A major player in the topsy-turvy world of chinese art // The New York Times (от 12.08.2015). URL: [http://www.nytimes.com/2015/08/13/arts/international/a-major-player-in-the-topsy-turvy-world-of-chinese-art.html?\\_r=3](http://www.nytimes.com/2015/08/13/arts/international/a-major-player-in-the-topsy-turvy-world-of-chinese-art.html?_r=3)

<sup>153</sup>Скатерщиков С. Указ. соч.

<sup>154</sup>Pollack B. Op. cit.

<sup>155</sup>Poly Auction // Beijing Poly International Auction Company. URL: [http://en.polypm.com.cn/english/index\\_en.php](http://en.polypm.com.cn/english/index_en.php)

1) Поли оказывает услуги по транспортировке наиболее ценных товаров из разных частей света, если клиенты хотят выставить их на аукцион компании.

2) У Поли есть договор с китайским банком Миньшэн (China Minsheng Bank, 中国民生银行) по условиям кредитования и залога имущества для своих клиентов.

Обе позиции присущи для аукционных домов запада, но не характерны для китайских аукционных домов в силу сложности национальной системы кредитования<sup>156</sup>. Также Поли является первым аукционом Китая, кто получит статус международного бренда (офисы Поли были открыты на Тайване, в Австралии, Японии и США) и стал предлагать услугу частной продажи<sup>157</sup>.

Как утверждают китайские аналитики, «Поли является самым крупным аукционом в стране, но не самым лучшим»<sup>158</sup>. Услуга частной продажи через аукционный дом носит полулегальный характер с точки зрения профессиональной этики, так как противоречит принципам гласности информации. Другими словами, практика частных продаж аукционным домом не запрещается законом, однако осуждается аукционными домами и профессиональными ассоциациями.

Торговля предметами современного искусства также является конкурентным преимуществом аукционного дома Поли<sup>159</sup>. Современное искусство пока что является редким для китайских аукционных домов направлением<sup>160</sup>, что делает Поли единственным крупным игроком в данной сфере, которому никто не может составить конкуренцию. Также благодаря разным сферам продаж Поли обезопасил себя от рисков, связанных с

---

<sup>156</sup>Pollack B. China's growing auction giant // Artnews (от 21.10.2013). URL: <http://www.artnews.com/2013/10/21/chinas-growing-auction-giant/>

<sup>157</sup>Ibid.

<sup>158</sup>Ibid.

<sup>159</sup>Heyman S. A major player in the topsy-turvy world of chinese art // The New York Times (от 12.08.2015). URL: [http://www.nytimes.com/2015/08/13/arts/international/a-major-player-in-the-topsy-turvy-world-of-chinese-art.html?\\_r=3](http://www.nytimes.com/2015/08/13/arts/international/a-major-player-in-the-topsy-turvy-world-of-chinese-art.html?_r=3)

<sup>160</sup>Pollack B. China's growing auction giant // Artnews (от 21.10.2013). URL: <http://www.artnews.com/2013/10/21/chinas-growing-auction-giant/>

изменениями потребительских предпочтений и падением потребительского спроса.

В 2005 году продажи Поли составляли 91,5 млн долларов США, что сделало аукционный дом самым престижным аукционом страны. В 2011 году продажи (даже без учета предметов западного искусства) достигли рекордной отметки в 2 млрд долларов США за год. С тех пор цены на искусство снизились, и продажи дома достигали лишь 1 млрд долларов США за год<sup>161</sup>.

Компания также недавно открыла свой филиал в Гонконге, территории западных аукционных домов — Кристис и Сотбис, филиалы которых были учреждены в Гонконге в 1974 и 1986 гг. С приходом в Гонконг Поли заработал 38 млн долларов США за неделю, что превышает его годовой доход по стране в 1,5 раза<sup>162</sup>. Западные аукционные дома попытались предпринять ответные меры и открыли свои представительства в Пекине и Шанхае<sup>163</sup>. Однако совершенно логичным звучит то, что они не смогли осуществить нашествия на материк. Этот вывод можно сделать по тем результатам торгов, что публикуют филиалы Сотбис и Кристис в Гонконге и рейтингу топ-10 аукционных домов Китая. Китай все еще помнит, чего ему стоила интервенция иностранных держав в XIX-XX вв. и предпринимает все возможные меры для того, чтобы лишить преимущества западных конкурентов в торговле культурными ценностями (смотри репатриация культурных ценностей и закон о культурных ценностях в пункте 2.1).

Пожалуй, поддержка государства составляет основу успеха Поли в неравной борьбе с конкурентами. Если продолжать сравнивать положение Поли и филиалов западных аукционных домов, помимо запрета на куплю-продажу антиквариата иностранцами, Поли также избавлен от высокого

---

<sup>161</sup>Pollack B. China's growing auction giant // Artnews (от 21.10.2013). URL: <http://www.artnews.com/2013/10/21/chinas-growing-auction-giant/>.

<sup>162</sup>Ibid.

<sup>163</sup>Heyman S. Op. cit.



налога на добавочную стоимость (34%)<sup>164</sup>, что позволяет ему свободно ввозить произведения искусства из-за границы без существенных издержек.

Руководство аукционного дома Поли сравнивает конкуренцию между ними и филиалами западных аукционных домов в Гонконге с гражданской войной 1942 года. «Было две силы — коммунистическая партия и Гоминьдан. Власть постепенно перешла из одних рук в другие. Мы выступаем в роли Коммунистической партии Китая, Сотбис и Christie's — в роли Гоминьдана. У них есть иностранная поддержка, но с нами вера и поддержка китайского народа»<sup>165</sup>.

Поли совместно с его главным соперником China Guardian занимают 3/4 рынка искусства Китая. Продажи аукционного дома в 2015 году выросли на 34% — поразительная цифра, учитывая общий спад на китайском рынке искусства<sup>166</sup>.

---

<sup>164</sup>O'Dea M. How China went from art-market afterthought to world auction superpower // Blouin Art Info (от 2.05.2014). URL: <http://www.blouinartinfo.com/news/story/802441/how-china-went-from-art-market-afterthought-to-world-auction>

<sup>165</sup>Pollack B. China's growing auction giant // Artnews (от 21.10.2013). URL: <http://www.artnews.com/2013/10/21/chinas-growing-auction-giant/>

<sup>166</sup>Heyman S. A major player in the topsy-turvy world of chinese art // The New York Times (от 12.08.2015). URL: [http://www.nytimes.com/2015/08/13/arts/international/a-major-player-in-the-topsy-turvy-world-of-chinese-art.html?\\_r=3](http://www.nytimes.com/2015/08/13/arts/international/a-major-player-in-the-topsy-turvy-world-of-chinese-art.html?_r=3)

## Заключение

Проведенное исследование, основанное на анализе литературы и интернет-источников на китайском, английском и русском языках, позволяет прийти к следующим выводам.

Мировой рынок предметов искусства и антиквариата является самостоятельным сегментом мирового товарного рынка, обладает сложившейся внутренней инфраструктурой, вовлечен в систему международных хозяйственных связей посредством многочисленных взаимосвязей с другими секторами мировой экономики — производством, торговлей, финансовой, банковской, социально-культурной сферами.

До сих пор не приходится говорить о полностью открытом международном аукционном рынке. Во-первых, из-за ограничений, установленных правительствами разных стран и международными организациями, определенный перечень товаров не может покидать национальные границы. Во-вторых, правила, установленные ведущими аукционными домами, все еще не приняты повсеместно. Уровень прозрачности, который демонстрируют Сотбис и Кристис, является крайне редким явлением среди других аукционов.

Среди факторов, способствующих сохранению высокого уровня цен на искусство, можно выделить географическое расширение глобального арт-рынка, постоянное расширение дистрибуционной сети основных аукционистов, приобретение предметов искусства как символа определенного статуса, растущий интерес СМИ к искусству и его уникальность как товара.

Продолжительный и стабильный экономический рост Китая положил солидное материальное начало культурному процветанию и изменили подход к потреблению. После начала политики реформ и открытости в 1980-х гг. и политики урегулирования в 1990-х гг. художественный рынок Китая перенял успешный опыт западных стран. Тремя основными сегментами современного

рынка искусства и антиквариата Китая стали художественная галерея, аукционный дом и ярмарка искусства.

Растущий рынок искусства Китая с каждым годом становится все более конкурентным. В большей степени этот рост обусловлен темпами роста экономики Китая, которые до сих пор являются самыми быстрыми во всем мире. Бурное развитие галерейного бизнеса, ярмарок искусства и аукционной торговли является показателем высокой степени интегрированности Китая в мировой художественный рынок и стабильности национального рынка. Вместе с развитием рынка китайского искусства также увеличилось количество путей и способов знакомства людей с произведениями искусства Китая.

Аукционная торговля стала традиционным видом деятельности в сфере китайского арт-рынка и сыграла решающую роль в распространении и коллекционировании предметов китайского искусства, а также способствовала стимулированию инвестиционной деятельности в рынок искусства Китая и национальную экономику в целом. Прорыв в развитии аукционного рынка предметов искусства и антиквариата Китая явился результатом одновременного роста спроса со стороны состоятельных китайских и западных покупателей и увеличения предложения китайского искусства на рынке. На данный момент в Китае насчитывается только 100 крупных аукционных домов, среди которых Beijing Poly International Auction, China Guardian, а так же гонконгские филиалы Сотбис и Кристис. Несмотря на то, что большинство из них находятся в Пекине, Шанхае, Гонконге, деятельность каждого аукционного дома, вне зависимости от региона, можно характеризовать как более чем успешную.

Появившаяся конкуренция между аукционными компаниями на внутреннем рынке Китая способствовала повышению качеству продукции и улучшению сфера обслуживания. В сферу аукционной торговли появляются новые специалисты и иноваторы, создаются рабочие места.

При всем успехе аукционной торговли предметами искусства и антиквариатом в Китае китайские аналитики концентрируют свое внимание на ряде проблем:

1) Аукционные дома являются не единственными игроками художественного рынка Китая. Тем не менее развитие галерейного бизнеса и ярмарок искусства существенно отстает от развития аукционной торговли произведениями искусства. Это означает, что правительство Китая уделяет больше внимания вторичному рынку в ущерб первичному.

2) С практически бесконечно растущим спросом на предметы китайского искусства и обострившейся конкуренцией между игроками художественного рынка аукционные дома столкнулись с проблемой дефицита товара высокого качества. Во многом это связано с тем, что коллекционеры из Китая практически не занимались спекуляцией — при покупке того или иного изделия оно практически никогда более не выставляется на торги, тем самым просто выходя из общего циркулирующего рынка.

3) Многие специалисты считают, что рынок слишком раздут, так как работы даже крайне среднего качества продаются за слишком высокие цены, что в свою очередь указывает на неспособность китайцев правильно определять ценность предмета искусства и недееспособность института критики и экспертизы.

4) В следствие указанных проблем китайские специалисты опасаются, что высококачественные подделки еще долго будут присутствовать на рынке искусства Китая и уходить с молотка за астрономические суммы.

## Список использованной литературы

### Литература на русском языке:

Игуменов В. Торги уместны // Forbes. 2005, № 11(20). С. 132—134.

Кокушкина И.В., Воронин М.С. Международная торговля и мировые рынки: учебное пособие. СПб.: Техническая книга, 2007.

Колычева В.А. Рынок произведений искусства: теоретико-экономический анализ. М.: Проспект, 2014.

Кукушкин Н.В. Аукционные продажи как наиболее конкурентная среда ценообразования на рынке произведений изобразительного искусства // Экономика, управление, культура. 2006, № 13(1). С. 177—179.

Лысакова А.А. Парадоксы современного арт-рынка как глобального института // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1, Проблемы образования культуры и науки. 2011, № 4(95). С. 246—255.

Лысакова А.А. Арт-рынок классический и арт-рынок современный // Известия Уральского государственного университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. 2012, № 1. С. 25—29.

Попкова К.Е. Мировой рынок предметов искусства: специфика, структура, динамика // Международный студенческий научный вестник. 2015, № 4(3). С. 426—429.

Саркисян А. Г. Арт-инвестиции и их обслуживание // Аудитор. 2010, № 9. С. 40—49.

Смит Ч.У. Аукционы: от Вальраса к реальному миру // Журнал социологии и социальной антропологии. 2002, № 2. С. 43—59.

Чжу Гуан. Китайское искусство на современном международном художественном рынке. М.: МГУ, 2008.

Шпаковская Л. Л. Общественная ценность антиквариата // Социологический журнал. 2000, № 1(2). С. 66—78.

**Литература на английском языке:**

Abeele M. V. The common market and the art market // Museum, management and curatorship. 2009, Vol. 1(4). P. 303—311.

Ashenfelter O., Graddy K. Art auctions: a survey of empirical studies // National Bureau of Economic Research Working Paper. 2002, № 8997. P. 1—43.

Ashenfelter O., Graddy K. Auction and the price of art // Journal of Economic Literature. 2003, Vol. 41. P. 763—786.

Ashenfelter O., Graddy K. Sales rates and price movements in art auctions // National Bureau of Economic Research Working Paper. 2011, № 16743. P. 1—13.

Becker H.S. Art worlds. Los Angeles, CA: University of California Press, 1982.

Bocart F., Oosterlinck K. Discoveries of fakes: their impact on the art market // Economic Letters. 2011, Vol. 113. P. 124—126.

Candela G., Scorcu A.E. In search of stylized facts on art markets prices% evidence from the secondary market for prints and drawings in Italy // Journal of Cultural Economics. 2001, Vol. 25(3). P. 219—231.

Cassady R.Jr. Auctions and auctioneering. Los Angeles, CA: University of California Press, 1979.

Collectible investments for the high net worth investor /ed. Satchell S. Academic Press, 2009.

Handbook of the economics of art and culture. Vol. 1. //eds. Ginsburg, V.A.; Throsby, D. Elsevier, 2006.

Heilbrun J., Gray C.M. The Economics of Art and Culture. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2001.

Mochón A. Sáez Y. Understanding auctions. Cham, CH: Springer International Publishing, 2015.

Ormrod D. Art and its markets // The Economic History Review, New Series. 1999, Vol. 52(3). P. 544—551.

Robertson I. Understanding art markets and management. New York: Routledge, 2005.

Santagata W. Institutional anomalies in the contemporary art market // Journal of the Cultural Economics. 1995, Vol. 19(2). P. 187—197.

Singer L.P. Phenomenology and economics of art markets: an art historical perspective // Journal of the Cultural Economics. 1988, Vol. 12(1). P. 27—40.

The international art markets: the essential guide for collectors and investors /ed. Goodwin, J. Kogan Page, 2010.

Throsby D. The production and consumption of the arts: a view of cultural economics // Journal of Economic Literature. 1994, Vol. 32(1). P. 1—29.

Wang A. Chinese antiquities: an introduction to the art market. Surrey, UK: Lund Humphries, 2012.

Zorloni A. Structure of the contemporary art market and the profile of italian artists // International Journal of Arts Management. 2005, Vol. 8(1). P. 61—71.

### **Литература на китайском языке:**

Ван Чжаоянь. Цзюй чанвэй лилунь дэ чжунго ишу пинь паймай шичан фачжань яньцзю (基于长尾理论的中国艺术品拍卖市场发展研究 Исследование развития аукционного рынка предметов искусства, основанное на теории «длинного хвоста»). Чжучжоу, 2013.

Цюй Яньбинь. Чжунго паймайье дэ юаньлю гуйцзи таньси (曲彦斌。中国拍卖业的源流轨迹探析 Истоки индустрии аукционной торговли Китая) // Шэхуэй чжаньсянь (Фронт общественных наук). 2005 — № 2. С. 12—19.

Чжао Юй. Чжунго вэньбу паймай шичан эр ши нянь (赵榆。中国文物拍卖市场二十年 Обзор аукционной торговли предметами искусства в Китае за 20 лет) // Шоуцаньцзя цзачжи (Коллекционеры). 2012 — № 2. С. 81—88.

Юэ Чжицян. Чжунго паймайье дэ чжуанкуан цзи фачжань сылу (乐智强。中国拍卖业的状况及发展思路 Современное положение и перспективы развития индустрии аукционной торговли Китая). Сямынь, 2001.

### **Интернет-ресурсы на русском языке:**

Аукционный дом Christie's приходит в Китай // GBtimes (от 25.09.2013). URL: (дата посещения: 14.05.2016)

Долганова Е.А. Арт-рынок: теория // Art and you: портал о культуре и искусстве (от 02.05.2011). URL: [http://artandyou.ru/category/art/post/art\\_ryinok\\_teoriya](http://artandyou.ru/category/art/post/art_ryinok_teoriya) (дата посещения: 14.05.2016)

Скатерщиков С. Чудо из Поднебесной, или ГлавКитайАртТорг // Private Banking & Wealth Management (от 08.09.2011). URL: <http://pbwm.ru/articles/chudo-iz-podnebesnoy-ili-glavkitayarttorg> (дата посещения: 14.05.2016)

Чжан Д. Ценность и ценности современного арт-рынка Китая // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов (от 30.10. 2014). URL: <http://jurnal.org/articles/2014/iskus9.html> (дата посещения: 14.04.2016)

### **Интернет-ресурсы на английском языке:**

Poly Auction // Beijing Poly International Auction Company. URL: [http://en.polypm.com.cn/english/index\\_en.php](http://en.polypm.com.cn/english/index_en.php) (дата посещения: 14.04.2016)



Bowley G., Barboza D. A culture of bidding: an art power rises in China, posing issue for reform // The New York Times (от 16.12.2013). URL: <http://www.nytimes.com/projects/2013/china-poly-auction/> (дата посещения: 14.04.2016)

Gerlis M. Is the global art market a myth? // The Art Newspaper (от 25.04.2014). URL: <http://ec2-79-125-124-178.eu-west-1.compute.amazonaws.com/articles/Is-the-global-art-market-a-myth/32400> (дата посещения: 14.04.2016)

Heyman S. A major player in the topsy-turvy world of chinese art // The New York Times (от 12.08.2015). URL: [http://www.nytimes.com/2015/08/13/arts/international/a-major-player-in-the-topsy-turvy-world-of-chinese-art.html?\\_r=3](http://www.nytimes.com/2015/08/13/arts/international/a-major-player-in-the-topsy-turvy-world-of-chinese-art.html?_r=3) (дата посещения: 14.04.2016)

McAndrew C. Global art market in 2010: crisis and recovery // The European Fine Art Foundation. URL: <http://www.tefaf.com/media/tefafmedia/tefaf%202011%20art%20market%20report.pdf> (дата посещения: 14.04.2016)

O'Dea M. How China went from art-market afterthought to world auction superpower // Blouin Art Info (от 2.05.2014). URL: <http://www.blouinartinfo.com/news/story/802441/how-china-went-from-art-market-afterthought-to-world-auction> (дата посещения: 14.04.2016)

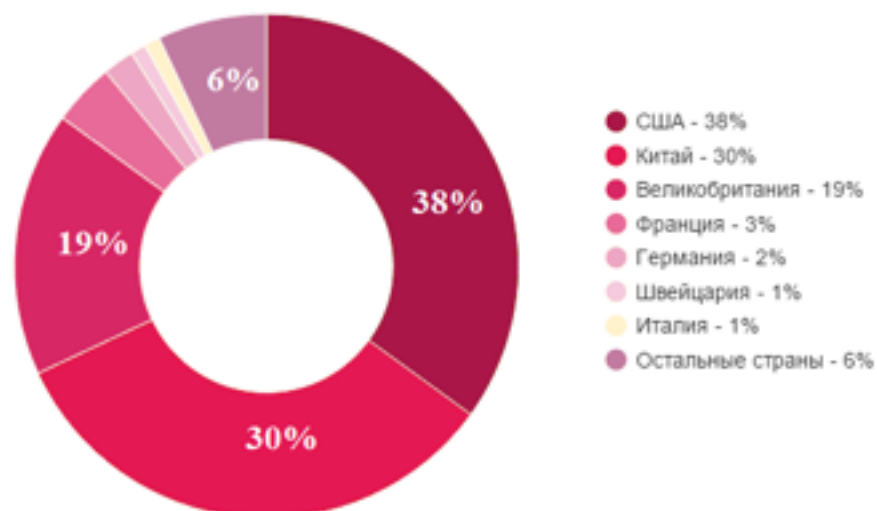
Pollack B. China's growing auction giant // Artnews (от 21.10.2013). URL: <http://www.artnews.com/2013/10/21/chinas-growing-auction-giant/> (дата посещения: 14.04.2016)

The art market in 2015 // Artprice: the world leader in art market information (от 03.2016) URL: [http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016\\_en.pdf](http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016_en.pdf) ((дата посещения: 14.04.2016)

## Приложение

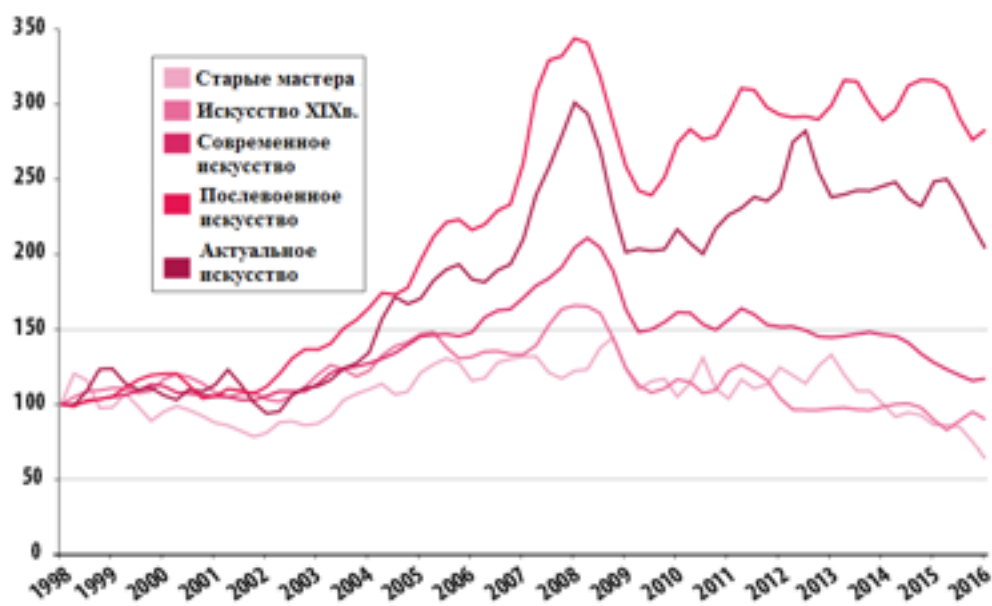
### Графики, не вошедшие в основную работу

Приложение 1. Доли рынков отдельных стран на общемировом рынке искусства



Источник: [artprice.com](http://artprice.com)

Приложение 2. Индексы цен по направлениям живописи (1998—2016)



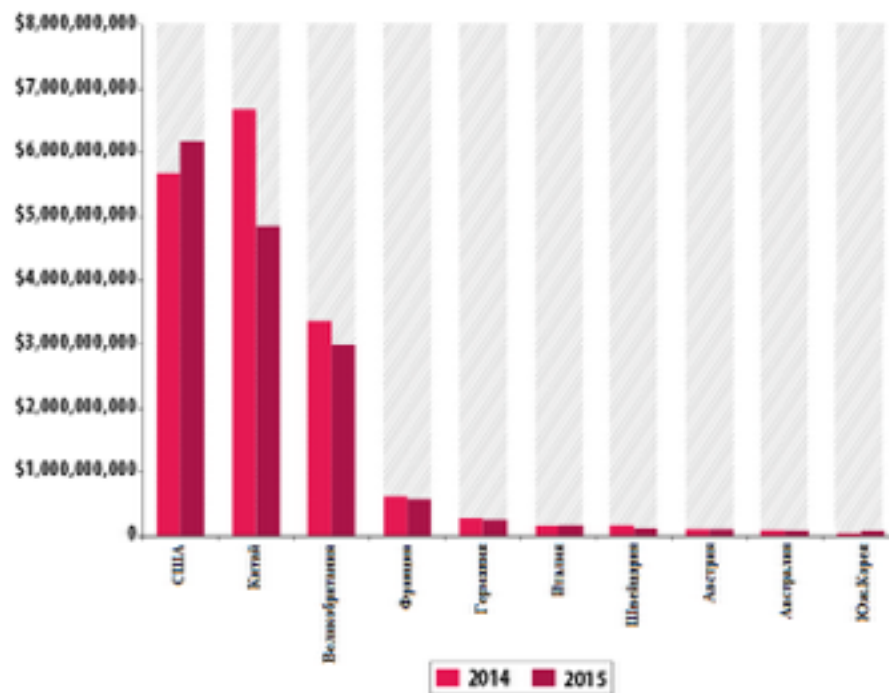
Источник: [artprice.com](http://artprice.com)

Приложение 3. Рейтинг ведущих аукционных домов по доходам от продаж предметов изобразительного искусства (2015 г.)

	Аукционный дом	Доход	Продано лотов
1	Christie's	\$4,968,338,763	19,238
2	Sotheby's	\$4,570,332,893	14,805
3	Poly International	\$833,136,882	9,922
4	China Guardian	\$553,020,191	7,695
5	Phillips	\$397,524,395	3,311
6	Beijing Council International Auctions	\$294,044,650	3,720
7	Shanghai Jiahe	\$160,679,547	1,893
8	Xiling Yinshe Auction	\$199,486,812	3,140
9	Beijing Hanhai Art Auction Co.Ltd.	\$147,791,657	4,492
10	Bonhams	\$143,121,888	8,949

Источник: [artprice.com](http://artprice.com)

Приложение 4. График доходности аукционных домов разных стран мира в 2014 и 2015 гг.



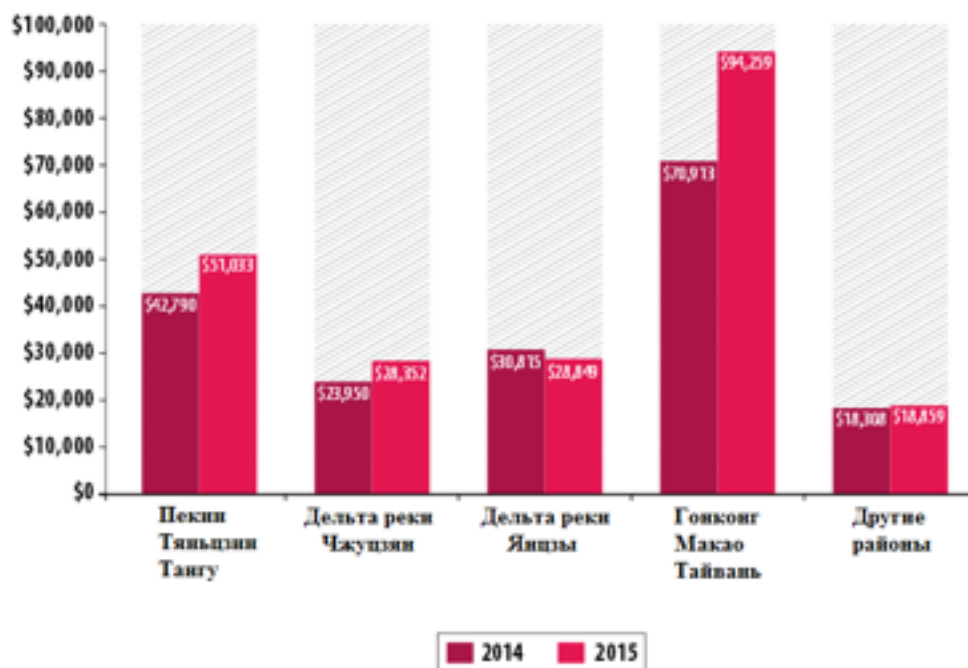
Источник: [artprice.com](http://artprice.com)

Приложение 5. Рейтинг ведущих аукционных домов Китая по общему обороту продаж

10 тыс. юаней				
Наименование компании	Рейтинг	Общий оборот	Доля рынка	Средняя цена лота
Beijing Poly International Auction Company (北京保利, бэйцзинь баоли)	1	342,583.80	17.01%	60.93
China Guardian Auctions (中国嘉德, чжунго джидэ)	2	268,227.59	13.32%	20.84
HK Christie's (HK佳士得, шяньдэ)	3	202,039.24	10.03%	93.36
HK Sotheby's (HK苏富比, сунфу би)	4	175,841.03	8.73%	83.57
Beijing Hahai Auction (北京翰海, бэйцзинь ханхай)	5	142,735.72	1.09%	26.78
Beijing Hamsi Auction Company (北京汉时, бэйцзинь ханьши)	6	108,462.26	5.39%	114.05
Macao CITIC (澳门中信, маомэнь чжунсинь)	7	39,245.59	1.95%	245.28
Chieftown Auction (长风拍卖, чанфэн паймай)	8	35,644.53	1.77%	48.17
Tianthy's Auction House (北京传世, бэйцзинь чуаньши)	9	34,155.20	1.70%	78.16
Beijing Chengxuan Auctions (北京诚轩, бэйцзинь чжэнхуань)	10	33,235.73	1.65%	8.53
Shanghai Duoanxuan Auction Company (朵云轩, доюньсюань)	11	30,561.82	1.52%	18.62
Christie's (佳士得, джэньдэ)	12	27,637.70	1.37%	53.98
Rombon Auction of Beijing (北京荣宝, бэйцзинь жунбао)	13	25,359.66	1.26%	21.67

Источник: Лю Сяньюй. Чжунго дандай ишу пинь цзяоьй цзичжи яньцзю (刘翔宇. 中国当代艺术品交易机制研究 Механизм торговли предметами искусства в Китае). Цзилинь, 2012.

Приложение 6. Средняя цена проданного лота на китайском аукционе в 2014 и 2015 гг.



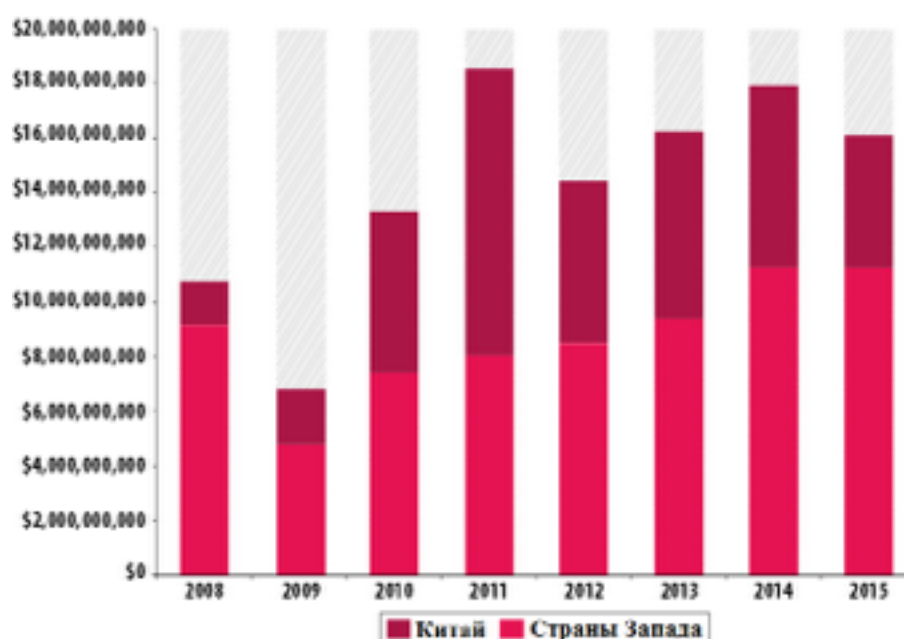
Источник: [artprice.com](http://artprice.com)

Приложение 7. Распределение общего дохода с продаж предметов искусства в Китае по товарным категориям в 2015 г.



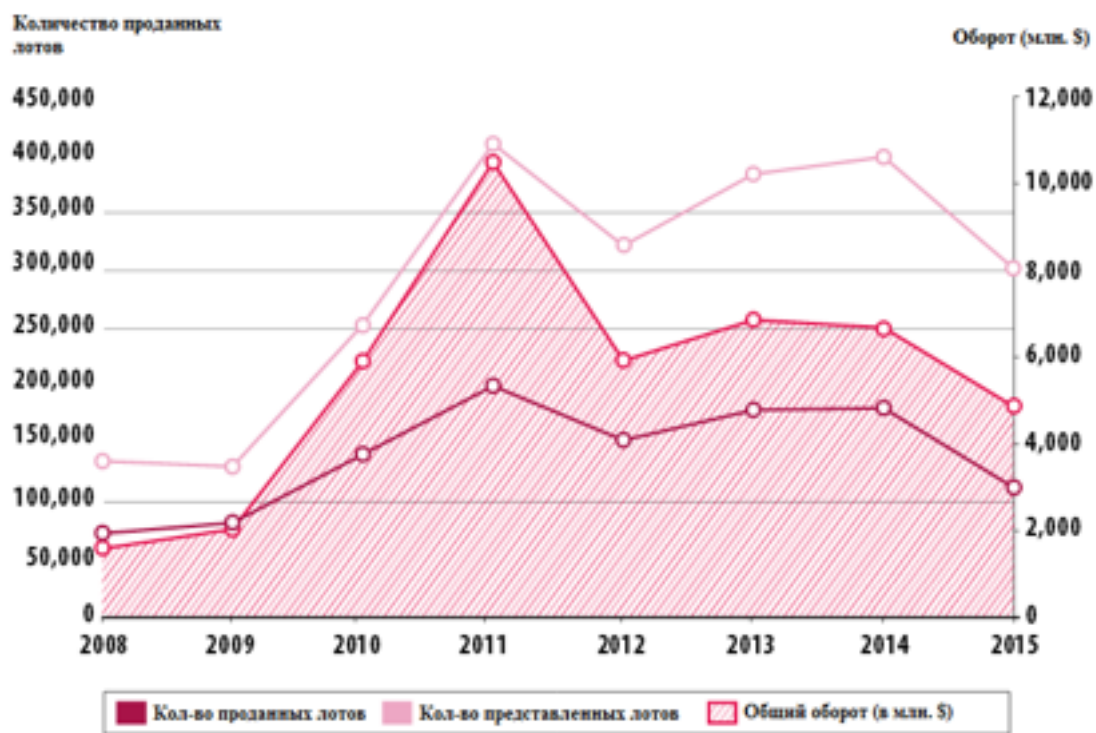
Источник: [artprice.com](http://artprice.com)

Приложение 8. Оборот аукционной торговли предметами изобразительного искусства (2008—2015 гг.)



Источник: [artprice.com](http://artprice.com)

Приложение 9. Динамика аукционной торговли предметами изобразительного искусства в Китае (2008—2015 гг.)



Источник: [artprice.com](http://artprice.com)